

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MARKETINGU A OBCHODU

Měření spokojenosti obyvatel se službami a zázemím obce
Resident Satisfaction Measurement with the Municipal Services and Facilities

Student: Marianna Šadibolová

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Petr Baránek, Ph.D.

Ostrava 2012

VŠB - Technická univerzita Ostrava
Ekonomická fakulta
Katedra marketingu a obchodu

Zadání bakalářské práce

Student: **Marianna Šadibolová**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **6208R062 Marketing a obchod**
Téma: **Měření spokojenosti obyvatel se službami a zázemím obce**
Resident Satisfaction Measurement with Municipal Services and Facilities

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
 2. Charakteristika obce Nová Bystrice
 3. Teoretická východiska měření spokojenosti
 4. Metodika výzkumu
 5. Analýza spokojenosti obyvatel
 6. Návrhy a doporučení
 7. Závěr
- Seznam použité literatury
Seznam zkratk
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce
Seznam příloh
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

FORET, Miroslav. *Marketingový průzkum. Poznáváme svoje zákazníky*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2008. 121 s. ISBN 978-80-251-2183-2.
SKOŘEPA, L., J. JEŽEK a R. JEŽKOVÁ. *Marketing měst a obcí*. 1. vyd. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií, 2008. 165 s. ISBN 978-80-86708-55-3.
VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb - efektivně a moderně*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. 232 s. ISBN 978-80-247-2721-9.

Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Petr Baránek, Ph.D.**

Datum zadání: 25.11.2011
Datum odevzdání: 11.05.2012



Vojtěch Spáčil
doc. Ing. Vojtěch Spáčil, CSc.
vedoucí katedry

Dana Dluhošová
prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová
děkanka fakulty

Prehlasujem, že som celú prácu, vrátane všetkých príloh, vypracovala samostatne.

V Ostrave dňa 11. mája 2012

Marianna Šadibolová

Rada by som sa poďakovala Ing. Petrovi Baránkovi, Ph.D. za cenné pripomienky a odborné rady, ktorými prispel k vypracovaniu tejto práce.

Ďakujem zamestnancom Obecného úradu Nová Bystrica za poskytnuté informácie o chode obce.

OBSAH

1	ÚVOD	6
2	CHARAKTERISTIKA OBCE NOVÁ BYSTRICA.....	8
2.1	História	8
2.2	Súčasnosť	10
2.2.1	Pamätihodnosti obce.....	10
2.2.2	Organizačná štruktúra obce	11
2.2.3	Obecné symboly	12
2.2.4	Poskytované služby	12
2.2.5	Rozpočet obce a prebiehajúce projekty	13
2.3	Vonkajšie prostredie obce	14
2.3.1	Demografické vplyvy	14
2.3.2	Ekonomické vplyvy	15
2.3.3	Politicko – právne vplyvy.....	16
2.3.4	Sociálno – kultúrne vplyvy.....	16
2.3.5	Technologické vplyvy	17
2.3.6	Prírodné vplyvy	17
3	TEORETICKÉ VÝCHODISKA MERANIA SPOKOJNOSTI	18
3.1	Charakteristika služieb	18
3.1.1	Vlastnosti služieb	19
3.1.2	Verejné služby	20
3.2	Spokojnosť zákazníka	21
3.2.1	Význam výskumu spokojnosti	22
3.2.2	Monitorovanie spokojnosti zákazníka	22
3.2.3	Spokojnosť zákazníkov (obyvateľov) s verejnými službami	24
3.3	Marketing miest a obcí	25
4	METODIKA VÝSKUMU	31
4.1	Prípravná etapa	31
4.2	Realizačná etapa	34
5	ANALÝZA SPOKOJNOSTI OBYVATEĽOV	36
5.1	Vyhodnotenie otázok.....	36
5.1.1	Celková spokojnosť so životom a zázemím	36
5.1.2	Informovanosť v obci	38
5.1.3	Zázemie pre trávenie voľného času.....	40
5.1.4	Spokojnosť s vybranými službami	42

5.1.5	Pozičná mapa.....	52
5.2	Vyhodnotenie hypotéz.....	53
6	NÁVRHY A ODPORÚČANIA.....	54
7	ZÁVER.....	59
	ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY.....	60
	ZOZNAM SKRATIEK.....	64
	PREHLÁSENIE O VYUŽITÍ VÝSLEDKOV BAKALÁRSKEJ PRÁCE	
	ZOZNAM OBRÁZKOV A TABULIEK	
	ZOZNAM PRÍLOH	

1 Úvod

V súčasnosti je v Slovenskej republike vyčlenených 2895 obcí. Nielen v mestách, ale aj v obciach sa stáva využitie marketingu samozrejmosťou. Táto skutočnosť prináša obciam výhodu hlavne v oblastiach rozvoja cestovného ruchu a prilákaním možných investorov, a tým znižovanie nepomerov medzi jednotlivými regiónmi.

Základom úspechu obce je harmonizácia a spolupráca občanov s jej vedením. Na jednej strane sú ľudia ochotní v obci bývať a podieľať sa na jej rozvoji a na druhej strane očakávajú, že im obec poskytne rôzne služby, ktoré im život v obci uľahčí, či spríjemní.

V súčasnosti pomáhajú v rozvíjaní obcí a miest možné využitie dotácií z Európskej únie a tiež spolupráca so susednými obcami. Obec, mesto či región môžu spolupracovať aj s orgánmi cudzích štátov, a tým rozvíjať cezhraničnú spoluprácu. Najrozšírenejšia forma je organizovanie spoločných kultúrnych podujatí, športových akcií a i.

Témou bakalárskej práce je Meranie spokojnosti obyvateľov so službami a zázemím v obci. Ide o obec Nová Bystrica, kde žijem od narodenia. Preto sa zaujímam o dianie v obci a jej ďalší rozvoj mi nie je ľahostajný.

Od roku 2010 prevzal miesto starostu Ing. Jozef Balačín. Stal sa tak najmladším starostom v kysuckom regióne. Má veľké vízie a vidí dobrú polohu obce a zázemie, z ktorého by sa mohol rozvíjať cestovný ruch. Jeho plánom bolo zamerať sa nielen na doterajšie početné kultúrne či športové aktivity, ale tiež riešenie závažnejších vecí.

Cieľom práce je zistiť postoj obyvateľov Novej Bystrice k svojej obci prostredníctvom merania ich celkovej spokojnosti a čiastkových spokojností týkajúcich sa rôznych aspektov života v obci (voľný čas, služby, informovanosť a i.).

Ako prvý a najdôležitejší krok pre dosiahnutie cieľa bude zber sekundárnych informácií – čerpanie z webovej stránky obce a z monografií o obci. Následne sa budem zaoberať odbornými prameňmi, ktoré s danou témou súvisia. Vysvetlenie pojmov bude uvedené v kapitole č. 3 s názvom Teoretické východiska merania spokojnosti.

Primárny výskum začne s rozhovorom so starostom obce a inými zamestnancami obecného úradu a tiež s občanmi obce. Bude uskutočnené dotazníkové šetrenie. Po vyplnení dotazníkov nastane triedenie podľa toho, či budú správne vyplnené a budú vložené do vytvorenej matice v programe Microsoft Office Excel. Podľa uskutočneného triedenia dát podľa druhého stupňa a pomocou štatistických ukazovateľov a softwaru SPSS budú

vyhodnotené a zinterpretované jednotlivé otázky a následne hypotézy. Niektoré hypotézy sa potvrdia, niektoré nie a z toho budú plynúť rozhodnutia o ich prijatí, resp. neprijatí.

Získané informácie a záverečné odporúčania vyplývajúce z tohto výskumu by mali byť podkladom pri ďalšom počínaní Obecného zastupiteľstva obce Nová Bystrica. Mali by viesť k zvýšeniu spokojnosti svojich občanov so životom v obci a viesť tak k skvalitneniu životnej úrovne v obci.

2 Charakteristika obce Nová Bystrica

Hlavným cieľom tejto kapitoly je predstavenie obce Nová Bystrica od histórie až po súčasnosť. Ku koncu kapitoly je opísaná charakteristika vonkajšieho prostredia obce.

2.1 História

Obec Nová Bystrica patrí do regiónu Kysúc. Jej osídľovanie a historický vývin je chápaný ako proces, ktorý súvisí s celkovými dejinami Kysúc. Najstarší doklad o živote človeka na Kysuciach pochádza zo staršej doby kamennej, teda pred viac ako 11 tisícročí.

Jedným z najvýznamnejších období pri osídľovaní obce Nová Bystrica v Bystrickej doline i regiónu Kysúc považujeme 15. – 16. storočie, príchod Valachov – čas „valašskej kolonizácie.“

Samostatnú etapu osídľovania predstavuje kopaničiarske osídľovanie (doosídľovanie) v 17. a 18. storočí. Pôvodný pastiersky spôsob života postupne prechádzal do pastiersko-roľníckeho.

Rýchle osídľovanie nového obyvateľstva začiatkom 18. storočia zo severu, juhu a východu dalo priestor rôznym etnickým skupinám obyvateľstva, aby toto územie obsadili. Boli to Rómovia. Poslední Rómovia odišli z Harvelky v osemdesiatych rokoch minulého storočia.

V druhej polovici 19. storočia sa v Európe uskutočnili významné politicko-spoločenské a hospodárske zmeny, ktoré sa dotkli aj obyvateľstva Bystrickej doliny. Veľká bieda, epidémie, preľudnenie obcí spôsobilo, že ľudia odchádzali za prácou, lepším životom do južných oblastí Uhorska, najmä do Slavónie.

Ďalšia etnická skupina obyvateľstva, ktorá sa na Kysuce dostala zo severu, boli Židia. V Novej Bystrici žilo 7 židovských rodín. Miestni Židia sa zaoberali obchodovaním s drevom, s rozličným tovarom potrebným pre domácnosť. Každý Žid mal svoju krčmu. V čase Slovenského štátu boli všetci Židia deportovaní do Osvienčimu. Nikto z nich sa z koncentračných táborov nevrátil.

Prvá škola v obci bola postavená z dreva v roku 1805. Bola to jedna učebňa o rozmeroch 8,6 x 6,5 x 3 m. V roku 1865 bola v časti Vychylovka postavená drevená rímsko-katolícka škola. V roku 1961 bola postavená nová školská budova v Novej Bystrici. Súčasná škola vo Vychylovke bola otvorená v roku 1957. V tom čase sa začal stavať kultúrny

dom. V roku 1949 začala elektrifikácia obce. V roku 1952 sa začala rozvíjať kultúrna činnosť. V osade Vychylovka bolo v roku 1974 zriadené Múzeum kysuckej dediny. V roku 1980 boli k obci pripojené obce Harvelka a Riečnica, v ktorých chotároch sa počítalo so zátopou pri výstavbe vodnej nádrže. Výstavba bola začatá v roku 1983 a ukončená v roku 1989 (Joneková, Judák, Lalinský, 2010).

Spolky a ich história

Kultúra a pri nej pridružené spolky patria k sebe. V období, keď v obci nebol postavený kultúrny stánok, kultúrny život sa sústreďoval do škôl, kostola, súkromných domov a prírody. Dom kultúry bol v rámci akcie „Z“ dokončený a daný do užívania v roku 1963. Od roku 1966 sa v miestnom dome kultúry začalo s premietaním filmov, a to 3 krát týždenne. V 70 rokoch bolo zriadené Miestne kultúrne stredisko, ktoré organizovalo celú kultúrnu činnosť v obci. Túto úlohu v roku 2003 prevzala Kultúrno – školská komisia. V súčasnosti v obci pracuje spevácka skupina Dolinka.

V roku 1975 bol postavený pomník padlým vojakom v 2. sv. vojne. Pri pomníku sa až do roku 1989 konali oslavy oslobodenia obce dňa 6. apríla. Obecná knižnica bola založená v roku 1928.

V roku 1953 sa v celej republike zakladali Zbory pre občianske záležitosti, ďalej tu bola činnosť Národného frontu a Socialistický zväz mládeže. Medzi najstaršie záujmové organizácie v obci patrí Dobrovoľný hasičský zbor založený v roku 1928. Celkovo sa počet hasičov pohyboval cca 110 členov, dnes je to 60 členov. DHZ vlastní historickú zástavu z roku 1928, ktorá bola v roku 2009 obnovená. DHZ vo Vychylovke bol založený v roku 1938.

Medzi najstaršie spolky patrí Červený kríž. Zväz pre spoluprácu s armádou – Zväzarm, ktoré je v súčasnosti pretransformované na Združenie športových a branných činností.

Významnými spolkami v súčasnosti sú Poľovnícke združenie Starý Diel, Vychylovka a PZ Brízgalky, Nová Bystrica.

Organizovaná telovýchova a šport vznikla v roku 1961 založením futbalového oddielu Telovýchovnej jednoty Slovan Nová Bystrica. Za obdobie existencie obce sa ľudia združovali aj v iných spolkoch v okolitých obciach a to Zväz záhradkárov, včelárov, chovateľov, rybárov a i. (Joneková, Judák, Lalinský, 2010).

2.2 Súčasnosť

Obec Nová Bystrica leží v severozápadnej časti Slovenska na rozhraní Slovenských Beskýd a Kysuckých vrchov v doline rieky Bystrica. Rozloha katastra je 12 526 ha po zlúčení zátopových obcí Riečnica a Harvelka, a preto patrí rozlohou medzi najväčšie obce na Slovensku a má status najväčšej obce na Kysuciach. Celá lokalita sa rozprestiera v nadmorskej výške od 490 do 1226 m nad morom. Podľa posledného sčítania ľudu v roku 2001 mala 2882 obyvateľov a 814 domov (www.novabystrica.sk). Umiestnenie obce v rámci okresu Čadca na mapke je uvedené v prílohe 1, Obr. 1.1.

2.2.1 Pamätihodnosti obce

Jednou z najdôležitejších pamiatok obce patrí nepochybne **Múzeum kysuckej dediny v Novej Bystrici – Vychylovke**. Je stálou expozíciou v prírode, ktorá patrí medzi najrozsiahlejšie na Slovensku. Expozícia obsahuje 34 obytných, hospodárskych, spoločenských, technických a sakrálnych stavieb. Základný kameň bol položený 11.10. 1974. Priorita tu bola záchrana najcennejších pamiatok ľudovej architektúry z obcí Riečnica a Harvelka, ktoré mali zaniknúť z dôvodu výstavby vodnej nádrže Nová Bystrica. Národopisná expozícia sa usiluje o rekonštrukciu sídelnej krajiny a životného prostredia, s prezentáciou ľudovej architektúry a spôsobu života i kultúry ľudu na Kysuciach v druhej polovici 19 stor. a prvej polovici 20. stor.

Súčasťou múzea je **historická lesná úvratňová železnica**, ktorá tvorí súčasť Múzea kysuckej dediny v Novej Bystrici – Vychylovke. Je zachovanou časťou bývalej Kysucko-oravskej lesnej železnice. Úzkorozchodné lesné železnice boli v prvej polovici minulého storočia typickou súčasťou lesnej dopravy na Slovensku. Kysucko-oravská lesná železnica patrila medzi najvýznamnejšie a najväčšie lesné železnice na Slovensku. Je tu jediný úvratňový systém v Európe a práve z tohto dôvodu v roku 1991 bola železnica vyhlásená za Národnú kultúrnu pamiatku Slovenskej republiky (www.novabystrica.sk).

Drevený kostol Panny Márie postavený v rokoch 1791 – 1792 bol už pomerne schátraný a nevyhovoval potrebám rozrastajúcej sa farnosti. Nový kostolík v súčasnej podobe bol dostavaný v roku 1905. Posviacka farského kostola Narodenia Panny Márie v Riečnici sa uskutočnila v nedeľu 12. novembra 1905. Na počesť 100 ročného jubilea bola vydaná i knižka s názvom V Dome našej matky – 100 rokov kostola v Riečnici (Judák, 2005).

Kostol Jána Krstiteľa v Novej Bystrici vznikol v roku 1789, od toho istého roku boli vedené aj cirkevné matriky. Súčasný kostol sv. Jána Krstiteľa je klasicistická stavba z roku 1857.

V r. 1983 – 1989 bolo vybudované **vodné dielo Nová Bystrica**. Hlavným účelom vodnej nádrže Nová Bystrica je zabezpečovanie stáleho odberu vody pre úpravňu vody, na zásobovanie pitnou vodou okresov Čadca a Žilina, zníženie povodňovej vlny a i. Nie je povolené rekreačné využitie a športové rybárstvo. Vodná nádrž tvorí 181,4 ha zatopenej plochy a celkový objem vody tvorí 34,057 mil. m³ (www.novabystrica.sk)

Vychylovské skálie sa nachádza južne od Rycierovej hory (1226 m) v katastrálnom území Novej Bystrice, v CHKO Kysuce, na výmere 26,72 ha. Predmetom ochrany je svojrázna ukážka vzniku blokového prúdu pieskovcov flyšového pásma, v dôsledku zosuvných pohybov.

Vychylovské prahy sú prírodnou pamiatkou, lokalizovaná na rieke Vychylovka, pod osadou Pavelekovci. Charakteristický jav tokov flyšového pásma, keď riečna erózia obnažila lavice hornín, na ktorých vytvára prahy. Dĺžka skalnatého koryta je cca 150 m, šírka do 30 m (www.novabystrica.sk). Fotodokumentácia pamätihodností je uvedená v prílohe 1, obrázky 1.3 – 1.5.

2.2.2 Organizačná štruktúra obce

Orgánmi obce sú obecné zastupiteľstvo a starosta obce. Od roku 2010, kedy sa konali priame komunálne voľby, si občania zvolili za nového starostu už spomínaného Ing. Jozefa Balačina a 9 poslancov do obecného zastupiteľstva. Obecné zastupiteľstvo zasadá podľa potreby, najmenej však raz za tri mesiace. Je zriadených päť komisií obecného zastupiteľstva, a to:

- komisia sociálna a zdravotná,
- finančná,
- životného prostredia, výstavby a územného plánovania,
- školstva, kultúry a cestovného ruchu,
- na ochranu verejného záujmu.

Je zriadených 5 referátov, a to kultúrny, referát správy daní a poplatkov, matrika, referát výstavby a životného prostredia, sociálnych vecí (www.novabystrica.sk).

2.2.3 Obecné symboly

Medzi najstaršie symboly obce patrí oválna pečať (19 x 20 mm) použitá v roku 1783 (príloha 1, Obr. 1.2). V znaku obce je klas, čerieslo, ihličnatý strom, lemeš a ďalší klas, v rukopise je nápis UI. BESZTERCZE.

Obr. 2.1 Erb obce



Súčasný erb obce (viď Obr. 2.1) má v modrom štíte zo zlatého vrška vyrastajúci zlatý vysokokmenný smrek, sprevádzaný striebornými odvrátenými bordúrami radlíc – čeriesla a lemeša a zlatými vyrastajúcimi klasmi. Erb bol prijatý v roku 2004 (e-kysuce.sk). Smrek v strede je symbolom lesného hospodárstva a ťažby, klasy po oboch bokoch predstavujú miestne poľnohospodárstvo z úrody a radlice sú symbolom mierovej oblasti.

2.2.4 Poskytované služby

Obec Nová Bystrica poskytuje svojim občanom mnoho služieb. Z oblasti technických služieb je samozrejmosťou pre obec odvoz komunálneho odpadu, ktorý sa uskutočňuje raz, dvakrát do mesiaca a tiež zber plastov. Zber je vyhlásený obecným rozhlasom a tiež uvedený v obecnom časopise Novobystrický hlásnik.

V rámci verejnoprospešných prác zamestnáva obec obyvateľov obce na základe dvojakých typov dohôd. Na základe dohody upravenej zákonom č. 5/2004 Z. z. o službách zamestnanosti zamestnávala do 31. 12. 2011 piatich ľudí. Od 16. januára 2012 bude uzatvorená táto zmluva so 7 ľuďmi. Ďalší typ dohôd vychádza zo Zákona o obecnom zriadení – Zákon č. 369/1990 Zb. Ide o dohodu o vykonaní menších obecných služieb. Ide o menšie práce, pomocné stavebné práce, pomoc pri kultúrnych podujatiach, úprava, údržba ciest a chodníkov, údržba verejných priestranstiev, údržba okolia obecného majetku a i.

Nachádza sa tu tiež zdravotné stredisko, kde sídli ambulancia zubárky, všeobecného lekára, ambulancia pre deti a dorast. Mimo zdravotného strediska sa nachádza i lekáreň.

Obec spravuje i 2 základné školy, školské kluby, obecnú knižnicu a materské škôlky. ZŠ Nová Bystrica mala za školský rok 2010/2011 spolu 197 žiakov. Materská škola 52 detí

a školský klub 40 žiakov. ZŠ Vychylovka mala v tomto roku len 43 žiakov, školský klub 25 žiakov (interná dokumentácia).

2.2.5 Rozpočet obce a prebiehajúce projekty

Základ rozpočtu tvorí príjmová a výdajová časť. Detailnejším vykazovaním sa prechádza na bežnú, kapitálovú časť a finančné operácie. Príjmová časť finančných operácií nie je rozpočtovaná (viď Tab. 2.1).

Tab. 2.1 Rozpočet obce

Časti rozpočtu 2011v €	Príjmová	Výdajová	Zostatok
Bežná	1 149 148 €	498 273 €	650 875 €
Kapitálová	1 025 120 €	1 066 362 €	- 41 242 €
Finančné operácie	—	25 650 €	- 25 650 €

Zdroj: vlastné spracovanie, údaje dostupné z internej dokumentácie

Vybrané projekty realizované v súčasnosti obcou Nová Bystrica patria na protipovodňové opatrenia. Obec získala dotáciu zo štátneho rozpočtu aj z Druhého realizačného projektu Programu revitalizácie krajiny a integrovaného manažmentu povodí SR (www.novabystrica.sk). Program pokračuje od októbra 2011 do marca 2012. Ide o oblasť extravilánu¹. Zo štátneho rozpočtu bolo pre obec vyčlenených 20 000 € a na mzdy 30 000 €. Zamestnáva tak 10 obyvateľov obce, ktorí robia v časti obce Vychylovka – Podrycerová hrádzky, protipovodňové opatrenia. V časti intravilán získa obec Nová Bystrica ako jedna z 10 na Slovensku, jediná obec na Kysuciach 100 000 € zo štátneho rozpočtu na ďalšie protipovodňové opatrenia.

Z dotácií EÚ plynie balík peňazí na projekt Revitalizácia verejných priestranstiev v centre obce Nová Bystrica. Stavba bude pozostávať zo 7 stavebných objektov: detské ihrisko, lávka pre peších, chodník, verejné osvetlenie, rekonštrukcia spevnenej plochy na parkovisko, rekonštrukcia spevnenej plochy pre zhromaždenie osôb, parkovacej plochy. Celkový kapitálový objem z EÚ v hodnote 665 924 € s DPH. Obec sa bude spolupodieľať na financovaní tejto stavby vo výške 5 % z celkovej sumy (33 296 € s DPH) plus bude hradiť neoprávnené výdavky stavby (17 366 €). Plánované dokončenie výstavby bolo do apríla 2012, ale v dôsledku neprívetivosti počasia, projekt bude predĺžený do júna 2012. Ďalší balík peňazí z fondov EÚ plynie do výstavby cyklotrasy v hodnote 593 128 €, ktorá by mala byť dokončená do októbra 2012 (interná dokumentácia).

¹ Extravilán – nezastavané územie v rámci hraníc sídla
Intravilán – zastavaná časť územia obce, pozemok v tejto časti

2.3 Vonkajšie prostredie obce

Marketingové prostredie obce sa skladá z vonkajšieho a vnútorného prostredia. Vonkajšie prostredie (makroprostredie) je široké okolie obce, ktoré nemôže sama ovplyvniť. Ide o prostredie demografické, ekonomické, politicko-právne, sociálno-kultúrne, prírodné a technologické. Pre obec je dôležité vývoj týchto prvkov monitorovať z dôvodu premenlivosti a nepredvídateľnosti.

2.3.1 Demografické vplyvy

Zaoberajú sa štúdiom obyvateľstva a charakteristikou jeho počtu, hustoty, veku, pohlavia atď. Zistené informácie majú veľmi dôležitý význam, pretože sa týka obyvateľov a tí tvoria mestá a obce (Hasprová et al., 2010).

V okrese Čadca s rozlohou 760,62 km² a počtom obcí 23 žilo k 31.12.2010 spolu 92 259 ľudí, z toho 45 815 mužov a 46 444 žien. (ŠÚ SR)

Podľa predbežných údajov z matriky k 31. 12. 2011 bol celkový stav obyvateľov obce Nová Bystrica celkom 2 816. Vývoj počtu obyvateľov (k 31.12. daného roku) v rokoch 2007 – 2010 (viď Tab. 2.2). V tabuľke je možné vidieť znižovanie celkového počtu obyvateľov i pokles mužov a kolísajúci počet žien.

Tab. 2.2 Vývoj počtu obyvateľov

	2000	2007	2008	2009	2010
muži	1631	1492	1466	1451	1450
ženy	1444	1369	1377	1377	1370
celkom	3075	2861	2843	2828	2820

Zdroj: vlastné spracovanie, údaje dostupné z internej dokumentácie Obecného úradu Nová Bystrica

Prirodzený pohyb obyvateľstva i migrácia je predbežne za rok 2011 záporná. Kolísajúca tendencia ja zachytená v tabuľke 2.1 (viď príloha 2). Hlavným dôvodom sťahovania obyvateľov môže byť zapríčinené migráciou obyvateľov za pracovnými príležitosťami alebo odchod mladých ľudí do väčších miest alebo priľahlých obcí bližších k mestu. Dôvody môžu byť teda osobné, ekonomické i sociálne. Z údajov zo Slovenského štatistického úradu za rok 2009 bola hustota zaľudnenia 23 obyv. na km² a okres Čadca 122 obyv./km².

2.3.2 Ekonomické vplyvy

Medzi jednotlivými regiónmi Slovenska prevládajú výrazné rozdiely. Čím je vzdialenosť od Bratislavy väčšia, tým sú rozdiely očividnejšie. Súvisí to aj s koncentráciou zahraničných investícií predovšetkým na západ Slovenska. Problémom chudobnejších regiónov je aj vysoká nezamestnanosť (Hasprová et al., 2010).

Miera registrovanej nezamestnanosti k 31. 1. 2010 v Žilinskom kraji dosahuje úroveň 10,86 %, čo je menej než celoslovenský priemer 12,46 %. Konkrétne okres Čadca vykazuje nezamestnanosť na úrovni 11,04 %, znamená to pokles oproti minulému roku. Najväčšie navýšenie miery nezamestnanosti zaznamenávame v posledných rokoch z 5,37 % (r. 2007) na 11,4 % (r. 2010). Počet uchádzačov o zamestnanie v okrese Čadca sa zvyšuje o 100 % z 2 749 uchádzačov (r. 2007) na 5 496 uchádzačov (r. 2010).

Počet voľných pracovných miest sa od roku 2008 znižuje za celý Žilinský kraj. Najväčší dopyt je po obore remeselníci a kvalifikovaní výrobcovia, spracovatelia, opravári (okrem obsluhy strojov a zariadení).

Priemerná mesačná mzda za druhý štvrťrok 2011 činila 781 Eur. Oproti štvrtému štvrťroku 2010 si pohoršila o 63 Eur (www.financie.sk). Z údajov databázy regionálnej štatistiky za rok 2010 je celoslovenská nominálna mesačná mzda zamestnanca na úrovni 828 Eur. Spomedzi všetkých okresov Žilinského kraja má okres Čadca druhú najnižšiu priemernú nominálnu mesačnú mzdu 611 Eur, teda o 217 Eur menej (viď príloha 2, Obr. 2.1).

Dôležitými ekonomickými ukazovateľmi je tiež HDP, miera inflácie. Hrubý domáci produkt v roku 2011 medziročne vzrástol o 3,2 %. Rast súvisel najmä so zvýšením zahraničného dopytu (viď príloha 2, Obr. 2.2). V priemere za rok 2011 bola medziročná miera inflácie 1,2 %. Predpoklad na rok 2012 je zvýšenie o 0,8 % (viď príloha 2, Obr. 2.3), (www.euroekonom.sk).

Za prácou ľudia zväčša dochádzajú do okolitých miest ako Čadca (Belfein Slovakia, a. s.), Žilina (KIA Motors Slovakia s. r. o.), Kysucké Nové Mesto (INA Kysuce, a. s.; KINEX – KLF, a. s.). S otvorením cesty II/520 Nová Bystrica – Oravská Lesná, sa otvorili obyvateľom ďalšie pracovné príležitosti (AVEX PRODUCTION, s. r. o. – Oravská Lesná).

2.3.3 Politicko – právne vplyvy

Správanie predstaviteľov miest a obcí, rámec ich právomocí je vytýčený zákonmi, vyhláškami a predpismi. V súčasnosti vývoj právneho prostredia vychádza zo štandardov Európskej únie.

Obce sa pri svojom výkone riadia zákonom č. 369/1990 z. z. o obecnom zriadení, zákonom č. 302/2001 z. z. o samospráve vyšších územných celkov, zákonom č. 138/1991 z. z. o majetku obcí, ďalej zákonom č. 303/1995 z. z. o rozpočtových pravidlách, zákonom č. 211/2000 z. z. o slobodnom prístupe k informáciám, zákonom č. 346/1990 z. z. o voľbách do orgánov samosprávy obcí, zákonom č. 416/2001 z. z. o prechode niektorých pôsobností z orgánov štátnej správy na obce a na vyššie územné celky a i. Samozrejme musia dbať i na obmeny zákonov v súvislosti s novými nariadeniami ministerstva či EU (www.zmos.sk).

2.3.4 Sociálno – kultúrne vplyvy

Obec Nová Bystrica je zriaďovateľom dvoch základných škôl, ZŠ s MŠ Nová Bystrica a ZŠ s MŠ Vychylovka.

Každý rok sa v obci usporadúva veľa kultúrnych i športových akcií. Zo športových aktivít by mohli byť spomenuté akcie ako Turistika okolo Novobystrickej priehrady, Európsky pohár pretekov automobilov do vrchu, 3. ročník furmanskej súťaže, Madman Bike Session, stolnotenisové či futbalové stretnutia. Pre športové účely v obci slúži futbalové ihrisko, novovytvorený skatepark z roku 2008, multifunkčné ihrisko, vybudovaná telocvičňa pri ZŠ s MŠ Vychylovka.

Z kultúrnych akcií by mohli byť uvedené každoročné Stretnutie rodákov zo zátopových obcí Riečnica a Harvelka na sviatok sv. Cyrila a Metóda, Mikuláš, Stretnutie seniorov, Hasičský ples, Pálenie vatry zvrchovanosti, Uvítanie detí do života, Posedenie jubilantov, výstavy, dedinské diskotéky, atď. (príloha 1, Obr. 1.6 a 1.7).

V rámci cezhraničnej spolupráce posilňuje obec nielen susedské vzťahy s Českou republikou, Poľskom, ale i s Chorvátskom. Družobné partnerstvo s chorvátskou obcou Josipovec trvá najdlhšie. Táto obec bola založená Slovákami prevažne z Bystrickej doliny, ktorí tu prišli za prácou. Rok 2011 predstavoval 130. výročie založenia obce. Ďalej obec spolupracuje s poľskou obcou Ujsoly a v Českej republike s obcami Řeka a Horní Lomná. Ide hlavne o kultúrne a športové akcie (interná dokumentácia).

2.3.5 Technologické vplyvy

Zaostávanie technologického prostredia je jedným z rozhodujúcich faktorov rozvoja územia. Dôležitým prvkom, ktorý zjednodušuje komunikáciu občanov s verejnou správou, je budovanie e-governmentu, čiže tzv. elektronického vládnutia. Celkovo v tejto oblasti Slovenská republika zaostáva. Problémom je najmä nízka miera „internetizácia“ predovšetkým pre obce. Spomedzi všetkých 2 891 obcí disponuje vlastnými internetovými stránkami iba 45 % (Hasprová et al., 2010).

Obec Nová Bystrica informuje občanov o dianí v obci pomocou vlastnej webovej stránky, kde poskytuje nielen základné informácie o obci a dianí v obci. Nachádza sa tu tiež sekcia pýtať sa úradu, obecný kalendár a i.

2.3.6 Prírodné vplyvy

Ako bolo spomenuté obec Nová Bystrica leží v severozápadnej časti Slovenska na rozhraní Slovenských Beskýd a Kysuckých vrchov v doline rieky Bystrica. Táto oblasť patrí do CHKO Kysuce. Leží na hraniciach s 2 susednými štátmi. A to s Českou republikou a s Poľskou republikou. Obec Nová Bystrica spája aj región Kysuce so severným regiónom Oravou. V novembri 2008 sa otvorila cesta II/520 Nová Bystrica – Oravská Lesná, ktorá spojila tieto dve regióny. Cestné spojenie medzi týmito dvoma oblasťami komplikovala dlhé roky viac než 100 – kilometrová obchádzka (www.sme.sk). Táto cesta bola skolaudovaná dňa 17. júna 2011. Celý 14-kilometrový úsek cesty druhej triedy stál vyše 88 mil. eur. (Novobystrický hlásnik č. 5/2011)

Obec sa zapája aj do protipovodňových aktivít súvisiacich s riekou Bystricou. V roku 2010 zasiahlo región päť povodní, ktoré spôsobili škodu za 1 127 714 €. Obec na záchranné práce vynaložila 57 478 eur (www.kysuce.sme.sk).

3 Teoretické východiska merania spokojnosti

Cieľom tejto kapitoly je priblížiť spracovanú problematiku témy. Začiatok kapitoly je venovaný službám, potom je zameraná na spokojnosť zákazníka a jej meranie a na záver bude priblížený marketing miest a obcí.

3.1 Charakteristika služieb

V súčasnosti majú služby dominantné postavenie v ekonomických aktivitách v rozvinutých krajinách. Väčšina pracovných síl pracuje v službách. Sú teda hlavným zdrojom pracovných príležitostí (Fisk et al., 2008). Odvetvie služieb tvorí viac ako 75 % americkej ekonomiky a väčšie množstvo z HDP prakticky všetkých rozvinutých krajín. Preto je potrebné zamerať sa na výskumy a vedecké štúdie zamerané na služby. Vedci sa zameriavajú v súčasnosti viac na business trhy alebo obchodné služby. Napriek tomu, sú tu rovnako iné typy služieb, ako služby verejného sektora a neziskového sektora (Lau et al., 2011). V tejto podkapitole sú uvedené rôzne pohľady na charakteristiku služieb.

Podľa Kotlera (2007, str. 710) je služba: *„akákoľvek aktivita alebo výhoda, ktorú môže jedna strana ponúknuť druhej, je v zásade nehmotná a neprináša vlastníctvo. Jej produkcia môže, ale nemusí byť spojená s fyzickým výrobkom.“*

Podľa Americkej marketingovej asociácie sú: *„služby samostatne identifikovateľné, predovšetkým nehmotné činnosti, ktoré poskytujú uspokojenie potrieb a nemusia byť nutne spojené s predajom výrobku alebo inej služby. Produkcia služieb môže, ale nemusí vyžadovať užitie hmotného tovaru. Ak je však toto užitie nutné, nedochádza k transferu vlastníctva tohto hmotného tovaru.“* (Vašítková, 2007, str. 20).

Služba je zjednodušene proces, ktorý má štyri základné prvky, a to poskytovateľa, klienta, poslanie a hodnotu. Poskytovateľ je jednotlivec alebo skupina jednotlivcov, ktorý predstavuje zodpovedný subjekt. Ten disponuje určitými zručnosťami, znalosťami a zariadeniami, ktorými vykonáva určité úlohy. Klientom je osoba skladajúca sa z jednotlivca alebo skupiny osôb, z ktorých plynú určité očakávania. Poslanie (misia) predstavuje súbor požiadaviek na pochopenie očakávaní klienta. Hodnota pre poskytovateľa i pre klienta predstavuje hmotné, nehmotné výhody či odmeny získané po výkone služby (Lau et al., 2011).

3.1.1 Vlastnosti služieb

Rozdiely medzi službami a tovarmi vytvárajú výzvy v marketingu služieb. (Raymond et al., 2007). V produktovom marketingu sa kladie veľké úsilie do toho, aby produkt vypadal odlišný tým, že sa k jeho hmotným vlastnostiam pridajú nehmotné prvky. To pri službách neplatí. Napriek tomu sú tu rozdielnosti napr. pri termínoch stupeň nehmateľnosti, intenzita zapojenia zákazníka. Dotváraním nehmotného hmotným pri službách je možné dosiahnuť viacerými spôsobmi (Kashani, 2007). Medzi najbežnejšie charakteristiky služieb patrí nehmotnosť, neoddeliteľnosť, heterogenita, zničiteľnosť a vlastníctvo (Vašítková, 2011).

- **Nehmotnosť**

Táto vlastnosť služby najviac vystihuje a odvíjajú sa od nej i ďalšie vlastnosti služieb. Čistú službu nejde zhodnotiť žiadnym fyzickým zmyslom, nejde ju pred kúpou prehliadnuť a len v málo prípadoch ju ide vyskúšať (Vašítková, 2008). Výsledkom tejto skutočnosti je väčšia miera neistoty zákazníkov pri poskytovaní služieb (Kotler, 2007).

- **Neoddeliteľnosť**

Podľa Kotlera (2007, s. 714): „*služby nemožno oddeliť od ich poskytovateľov, či už sú to ľudia alebo stroje.*“ Špecifickým rysom je tiež interakcia medzi zákazníkom a poskytovateľom v dôsledku prítomnosti zákazníka pri produkcii služby. Poskytovateľ služby a zákazník sa stretávajú na určitom mieste a v čase tak, aby výhoda, ktorú zákazník získava poskytnutím služby, mohla byť realizovaná. Zákazník spravidla nemusí byť prítomný po celú dobu poskytovania služby. Jeho prítomnosť sa vyžaduje predovšetkým pri verejných službách (Vašítková, 2011).

- **Heterogenita (variabilita)**

Alebo tiež premenlivosť služieb (Kotler, 2007) súvisí predovšetkým so štandardom kvality služby. Tá závisí na tom, kým sú poskytované a tiež na tom, kedy, kde a ako sú poskytované. Samotnú kvalitu služieb je ťažké riadiť. Preto je táto vlastnosť príčinou, že zákazník nemusí vždy obdržať totožnú kvalitu služby. Ťažko si vyberá medzi konkurujúcimi si produktmi. Management musí reagovať stanovením noriem kvality chovania zamestnancov a ich výchovou a motiváciou, spolu s výberom a plánovaním procesov poskytovania služieb (Vašítková, 2008).

- **Zničiteľnosť**

Tiež pominuteľnosť (Kotler, 2007) služieb znamená, že služby nie je možné uskladniť, uschovať pre neskorší predaj alebo použitie. Služba, ktorá nie je využitá v danom okamihu, kedy sa predáva, stáva sa pre daný okamih stratená, zničená. Z toho plynie dopad, že ponuka služieb vo viacerých prípadoch neodpovedá dopytu. Dopyt má potom značné výkyvy. Táto vlastnosť služby je tiež príčinou, že zákazník službu ťažko reklamuje (Vašítková, 2008).

- **Nemožnosť vlastníctva**

Alebo absencia vlastníctva (Kotler, 2007) znamená, že spotrebiteľ nemôže službu vlastniť. Má prístup k službe často len na obmedzenú dobu. Pri poskytovaní služby si zákazník kupuje len právo na poskytnutie služby. Za svoje peniaze nezískava žiadne vlastníctvo, len právo na poskytnutie služby. Verejné služby poskytované štátom využíva zákazník za jeho platby daní a poistenia (Vašítková, 2008).

V prílohe mesačníka Trend marketing č. 11/2011 sa spomína ďalšia vlastnosť služieb spojená s internetovým vekom, a to digitalizácia služieb ako kľúčový trend v managemente. Výhodou digitálnych služieb je možnosť ponúkať ďalšie služby ako doplnok k tradičným službám alebo produktom, napr. individualizácia designu spotrebného tovaru, vyučovacie programy, inštalčná podpora, monitoring všetkých druhov a i.

3.1.2 Verejné služby

Ide o druh služieb, ktorých užívateľom je verejnosť ako sociálny subjekt. Verejné služby sú produkované, zabezpečované či regulované orgánmi verejnej správy. Verejná služba môže byť čisto verejným statkom alebo zmiešaným statkom.

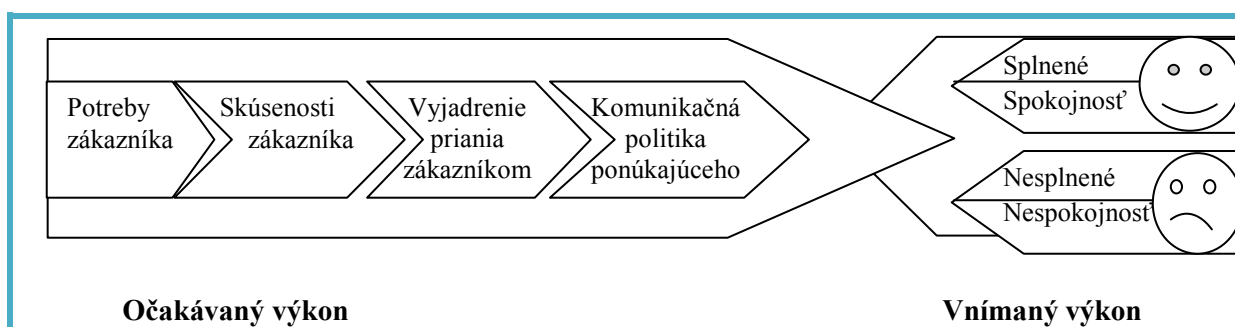
Poskytovateľom verejnej služby je orgán definovaný zákonom (Zbierka zákonov č. 313/2001 o verejnej službe, čiastka 131). Z tohto hľadiska môžeme rozlíšiť verejné služby poskytované na centrálnej úrovni (napr. obrana, bezpečnosť) a verejné služby poskytované na úrovni samospráv (napr. verejná doprava, odvoz komunálneho odpadu). Financovanie verejných služieb sa zabezpečuje zo štátneho rozpočtu, z rozpočtov samosprávnych celkov, z poplatkov občanov a i. (Ochrana, 2007).

3.2 Spokojnosť zákazníka

Pojem spokojnosť je subjektívna kategória, ktorá má individuálny obsah a jej hodnotenie sa preto pohybuje na výrazne individuálnej škále (Nový, 2006). Vnímané hodnoty zákazníka sú dynamické, niekedy v neustálom pohybe. Ak dodávatelia dobre predvídajú, čo zákazníci požadujú, potom zákazníci ocenia ich snahu a stávajú sa vernými zákazníkmi pri zvýšenej spokojnosti. Hodnota očakávania je pre zákazníka silným podnetom spokojnosti a lojality (Blocker et al., 2011). Vznik spokojnosti/nespokojnosti je znázornený na Obr. 3.1.

Zákazník môže dosiahnuť rôzne stupne spokojnosti. Spokojnosť zákazníka s nákupom závisí na prínose produktu v porovnaní s očakávaním zákazníka. Očakávania sú založené na predošliých nákupných skúsenostiach, na názoroch priateľov, známych, na informáciách a sľuboch firmy a konkurencie (Kotler, 2007).

Obr. 3.1 Vznik spokojnosti/nespokojnosti zákazníka



Zdroj: Tomek, Vávrová, 2011, str. 119

V prípade pri odstraňovaní nespokojnosti alebo zvýšení spokojnosti, je potrebné poznať ich konkrétne dôvody. Keďže je spokojnosť výsledkom hodnotenia ex-post, hodnotí sa až po nákupnom akte. Obe strany môžu byť ovplyvnené rôznymi faktormi. Na strane zákazníka (Tomek, Vávrová, 2011 str. 121):

- individuálne požiadavky na uspokojenie určitej potreby,
- preberanie štandardov charakteristických pre uspokojenie určitej potreby,
- alternatívne možnosti pokrytia potrieb.

Na strane ponúkajúceho napr.:

- image, značka,
- skúsenosti,
- alternatívy poskytujúce uplatnenie individuálnych požiadaviek a i.

3.2.1 Význam výskumu spokojnosti

Pri rozhodovaní o cieľoch v rámci strategického marketingového plánovania je spokojnosť zákazníkov jedným zo základných ukazovateľov (Tomek, Vávrová, 2011). Je dobré hľadať cesty vedúce k dlhodobej spokojnosti zákazníkov hlavne pri nákupoch cennejších, drahších teda závažnejších vecí. Pri nešťastnej kúpe tovaru bežnej spotreby nízkej hodnoty zákazník mávne rukou, ale pri hodnotnejších produktoch je sklamanie oveľa väčšie, zákazník sa môže cítiť podvedený. Vhodné je voliť cesty a nástroje, ktoré nielen rešpektujú individualitu zákazníka, ale vytvárajú pocit skutočnej, trvalej a úprimnej starostlivosti zo strany predajcu (Nový, 2006).

Vďaka konkurencii a nasýtenosti trhu sa úroveň kvality stále zvyšuje a zjednocuje. Je potrebné využiť systém stabilného merania spokojnosti, ktorý sa bude zaoberať kumulovanou, ale aj okamžitou spokojnosťou. Podporuje sa impulzívne nákupné správanie. Rozhodujúcimi faktormi sa tu stávajú móda, design, obal a konkurencia. Znamená to, že výskum zákazníka sa bude musieť zaoberať skúmaním jeho podvedomia a jeho skrytých motívov. Na spokojnosť zákazníkov a lojalitu nadväzuje ukazovateľ retencia zákazníkov. Ide o kvantifikáciu racionálneho postoja ohľadne prípadnej zmeny dodávateľa (Kozel et al., 2011).

Spokojnosť zákazníka a ziskovosť firmy sú úzko spojené s kvalitou produktu a služieb. Spoločnosť by mala zlepšovanie kvality produktov a služieb považovať za svoju hlavnú prioritu (Kotler, 2007). Hodnotenie kvality je často subjektívne, pretože závisí na príjemcovi určitej služby, na jeho spokojnosti a priebehom služby a konečným uspokojením jeho potrieb (Harasimová, 2009).

3.2.2 Monitorovanie spokojnosti zákazníka

Meraním zákazníckej spokojnosti je možné identifikovať potenciálne tržné príležitosti. Neustále zlepšovanie si vyžaduje vytvorenie určitého procesu merania spokojnosti zákazníkov. Ide o proces, pri ktorom sa berú do úvahy očakávania a potreby zákazníkov (Grigoroudis, Siskos, 2009). Vyším stupňom spokojnosti zákazníka je nadšenie zákazníka. Tento stav možno dosiahnuť nielen plnením, ale úplným prekonaním potrieb a očakávaní zákazníka (Nový, 2006). Spoločnosti môžu využívať viacero metód na výskum spokojnosti zákazníka. Pomocou nich majú možnosť dobre sledovať spokojnosť i nespokojnosť zákazníka. Kotler (2007) uvádza tieto štyri možnosti:

- **Systém prianí a sťažností**

Ide o uľahčenie klientom proces oznámenia prianí a sťažností cez zákaznícke linky, knihy prianí a sťažností. Takto získané informácie sú veľmi cenné, pretože podávajú podnety pre zvyšovanie spokojnosti svojich zákazníkov a môžu tiež slúžiť k odstraňovaniu vzniknutých problémov v čo najkratšej dobe.

- **Prieskumy spokojnosti zákazníkov**

Využívajú sa pravidelne k zisťovaniu spokojnosti. Môže ísť o kladenie otázok, pozorovanie alebo experiment.

Osobné **kladenie otázok** je najtradičnejší typ prieskumu spokojnosti zákazníkov. Hlavnou výhodou je existencia priamej spätnej väzby medzi respondentom a anketárom. Pri tomto type sú vysoké časové a finančné náklady. Papierové dotazníky P+P (paper + pencil) sú nahradzované tzv. CAPI (Computer Assisted Personal Interviewing).

Telefonické kladenie otázok sa využíva spojením s počítačmi, tzv. CATI (computer Assisted Telephone Interviewing). Jej devízou je rýchlosť zberu údajov pri plošne rozptýlených respondentov. Sú tu ale vysoké nároky na sústredenie respondentov.

Prostredníctvom dotazníkov v e-mailoch alebo na webových stránkach ide o najmladší spôsob kladenie otázok, a to online elektronické kladenie otázok, tzv. CAWI (Computer Assisted Web Interviewing). Pri množstve výhod, ktoré z tohto typu vychádzajú, je tu nevýhodou nízka vybavenosť počítačov v niektorých regiónoch a predovšetkým internetom.

Písomné kladenie otázok sa už dnes používa minimálne. Je to spôsobené nízkou návratnosťou.

Pozorovanie v súčasnosti zažíva rozmach. Nie je závislé na ochote respondentov spolupracovať. Táto metóda sa používa kombináciou s inými metódami zberu dát. Medzi pozorovacie techniky patrí napr. mystery shopping, online pozorovanie.

Experiment sa uskutočňuje zavedením testovaného prvku ako nezávislá premenná a výsledok jeho pôsobenia sa pozoruje a meria na inom prvku, teda na závislej premennej. Môže ísť o laboratórny experiment, terénny alebo online (Kozel et al., 2011).

- **Mystery shopping**

Táto metóda, označovaná tiež mystery customer research, situation research, doslovne hovorí o tajnom, fiktívnom nákupe (Staňková et al., 2010). Ide o zvláštny spôsob výskumu kvality poskytovanej služby prostredníctvom nezávislých osôb, ktoré robia fingovaný nákup služby (Vašítková, 2007).

Špeciálne vyškolení pozorovatelia vystupujú v roli zákazníkov. Podľa vopred vytvoreného scenára monitorujú obchodné, komunikačné a vyjednávacie schopnosti zamestnancov. Pozorujú sa tiež materiálne prvky prevádzkarne, čistota, úroveň prostredia. Po vyhodnotení úrovne poskytovaných služieb zákazníkom, prichádzajú návrhy na skvalitnenie služieb. Mystery shopping má široké využitie v komerčných i nekomerčných oblastiach. Hlavným prínosom je podrobné zmapovanie vlastného alebo konkurenčného spôsobu predaja a prístupu k zákazníkom (Staňková et al., 2010).

- **Analýza stratených zákazníkov**

Spoločnosti pri strate zákazníkov by mali zisťovať príčiny ich nespokojnosti, prečo prešli ku konkurencii. Mala by sa monitorovať miera straty zákazníkov (Kotler, 2007). Pre využitie spätnej väzby od zákazníkov sa využíva Net Promoter Score, čím sa meria zákaznícka lojalita a zákaznícka skúsenosť. Je chápaný ako štandard pre meranie a zvyšovanie lojality zákazníkov. Využívajú ho popredné svetové značky. Rozdeľuje zákazníkov na tri skupiny, a to priaznivcov, pasívnych a odporcov (Kozel et al., 2011).

3.2.3 Spokojnosť zákazníkov (obyvateľov) s verejnými službami

Obyvatelia zasielajú úradníkom zodpovedným za sledovanie verejných služieb písomné alebo ústne podnety a návrhy súvisiace s ich poskytovaním. Tieto informácie kvalitatívneho charakteru je nutné roztriediť a vyhodnotiť, napr. metódou obsahovej analýzy. **Obsahovou analýzou** (Ochrana, 2007, str. 47) sa rozumie v oblasti skúmania verejných služieb, „*systematické kvantitatívne skúmanie získaných informácií zo strany občanov podaných formou podnetov, návrhov, listov, zverejnení a sťažností.*“

Cieľom tejto analýzy je zistiť zameranie obsahu textov či ústnych námetov občanov pomocou kvantitatívneho vyjadrenia počtu opakovaní sledovaných problémov. Zistený stav sa potom vyhodnocuje a podávajú sa konečné návrhy na zmeny.

3.3 Marketing miest a obcí

Pôsobnosť marketingu sa začala rozširovať už v druhej polovici 70. rokov 20. storočia. Začal sa uplatňovať aj v oblasti obcí a miest. Medzi marketingom miest a obcí a marketingom v súkromnom sektore možno pozorovať rozdiely. Zatiaľ čo v podnikovom marketingu ide predovšetkým o maximalizáciu zisku, v marketingu miest a obcí ide predovšetkým o uspokojovanie verejného dopytu. Marketing miest a obcí je zameraný na väčší počet segmentov ako podnikový. Ako zákazníci v ňom vystupujú všetky subjekty pôsobiace v regióne (obyvatelia, investori, podnikatelia, turisti, návštevníci apod. (Hasprová et al., 2010).

Využitie a poslanie marketingu miest a obcí nie je vo všetkých územných celkoch rovnaké. Je závislé, okrem iného, od samosprávy. Tá hrá kľúčovú rolu pri rozhodovaní pri využívaní nástrojov marketingu. Predovšetkým ide o oblasti rozvoja obce, ich služieb, štátnej správy, prilákanie nových investorov, návštevníkov i obyvateľov apod. (Hálek, 2008).

Marketingový prístup k riadeniu a rozvoju miest má svoju vlastnú štruktúru, pričom využíva metódy, techniky a princípy tradičnej marketingovej koncepcie. Túto koncepciu možno využiť nielen pre menšie mestá a obce, ale aj pre väčší priestor ako regióny.

Marketingový mix obce

Základný marketingový mix obsahuje štyri hlavné premenné, označované ako 4 P: produkt (Product), jeho cena (Price), spôsob, akým je propagovaný (Promotion) a miesto (Place), kde je dostupný spotrebiteľ. Kombinácia týchto 4 súčastí charakterizuje všetko, čo môže obec podniknúť, aby ovplyvnila dopyt po svojom produkte. Pre marketing obce je tento mix rozšírený o ďalšie prvky: ľudia (People), procesy (Processes), partnerstvo (Partnership), materiálne prostredie (Physical Evidence) (Harasimová, 2009, Hálek, 2008).

A. Produkt

Podľa Vašítkovej (2011, s. 57) „*produktom obce alebo mesta sa rozumie všetko, čo mesto ponúka svojim obyvateľom, návštevníkom, podnikom a potenciálnym investorom. Všetko, čo slúži k uspokojovaniu ich individuálnych a kolektívnych potrieb.*“

Celkovú ponuku produktu tvoria hmotné a nehmotné zložky. Nehmotný prvok spočíva v správaní zamestnancov obecného úradu, v ich ochote, prístupu ku klientom, flexibilita atď. Patrí tu aj atmosféra obce, správanie, postoje a iniciatíva ľudí žijúcich v nej.

K hmotným prvkom patrí prostredie, v ktorom sa realizuje poskytovanie služieb, vybavenie kancelárie, technické vybavenie počítačovou technikou (Harasimová, 2009).

Členenie produktu obce

- verejné služby poskytované zo zákona, ktoré majú obce poskytovať povinne,
- ponuka priestorov vo vlastníctve obce – predaj, prenájom plôch, pozemkov, priestorov, nehnuteľností atď.,
- spoločenské, vzdelávacie, kultúrne a športové akcie organizované samosprávou,
- samotná obec so svojimi prírodnými, historickými, ekonomickými, kultúrnymi a sociálnymi podmienkami (Skořepa et al., 2008).

B. Cena

Mestá a obce majú svoj rozpočet, personálnu a finančnú nezávislosť, môžu podnikat', zapájať sa do medzinárodnej, cezhraničnej a vnútroštátnej spolupráce, vyberajú miestne dane a správne poplatky (Hasprová, 2011).

Cena musí vychádzať z cieľov marketingovej stratégie. Musí odpovedať produktu, ktorého ohodnocuje, a segmentu, pre ktorý je produkt/služba ponúkaná. Z hľadiska stanovenia ceny môžeme produkty deliť na (Skořepa et al., 2008):

- produkty poskytované bezplatne na základe zákona,
- produkty, ktoré sú cenovo určené, ale podliehajú čiastočnej/úplnej regulácií,
- produkty, pri ktorých cenu určuje priamo mesto/obec.

Zákon o obecnom zriadení ustanovuje postavenie miest a obcí, ich orgánov, financovanie, majetok a rozpočet miest a obcí. (Hasprová et al., 2010).

C. Distribúcia

Dôležitú rolu pri distribúcií hrá čas a vzdialenosť. Distribúcia má zabezpečiť, aby produkty boli k dispozícii na správnom mieste, v správnom čase a v správnom množstve. Pre voľbu efektívneho distribučného kanálu sú kritéria ako výška nákladov, pohodlie pre spotrebiteľa, užívateľa, klientov a príjemcov, spoľahlivosť, dostupnosť a kvalita. (Harasimová, 2009; Hasprová et al., 2010)

Priama distribúcia

Ide o prípad, kedy obec poskytuje služby sama bez sprostredkovateľov. Výhodou tejto formy distribúcie je dobrá kontrola nad poskytovanou službou a bezprostredná spätná väzba od zákazníkov (Skořepa et al., 2008). Využíva sa v prípadoch, kedy obec vykonáva prenesenú pôsobnosť štátnej správy, v prípade fakultatívnych služieb, kedy obec rozhoduje o ich poskytovaní na základe určitých kritérií (Vašítková, 2011).

Nepriama distribúcia

Táto forma je využívaná najmä z dôvodu nákladovej efektivity, vyššej úrovne poskytovania služieb či ponuky komplexnejšej služby/produktu. Mesto alebo obec zapája do distribúcie medzičlánok, sprostredkovateľa (rozpočtová či príspevková organizácia, súkromná organizácia, partnerské mesto či obec (Hasprová et al., 2010).

D. Marketingová komunikácia

„Marketingová komunikácia = propagácia má za cieľ zoznámiť skupinu konečných spotrebiteľov s výrobkom alebo službou a presvedčiť ich k nákupu.“ (Harasimová, str. 71)

V samospráve predstavuje jednu z najprepracovanejších zložiek marketingového mixu. Samosprávne jednotky sú však závislé od svojich finančných možností v jednotlivých oblastiach ich realizácie (Horváthová, 2011). Samospráva by mala vedieť efektívne marketingovo komunikovať nielen „s trhom“ – teda občanmi, podnikateľmi, investormi, turistami, návštevníkmi, ale aj s vlastnými zamestnancami – volenými i vymenovanými, so zastupiteľstvom i starostom. Pritom je dôležitá spätná väzba (Hasprová et al., 2010).

V marketingu miest a obcí sa využitie a uplatnenie nástrojov komunikačného mixu líši hlavne z hľadiska priorít v ich efektívnom využití v praxi (Vašítková, 2011).

Nástroje komunikačného mixu

Public relations (PR): Uplatnenie PR je spojené predovšetkým s publikovaním pozitívnych informácií. Cieľom je vyvolať kladné postoje verejnosti k obci, z čoho potom prichádza záujem zo strany obyvateľov obce a ďalších zákazníkov (Vašítková, 2011).

V súčasnosti na sociálnych sieťach je možné zverejňovať PR články za predpokladu, že má obec určitý okruh priaznivcov, ktorí sledujú jej profil. Môže tu verejne sympatizovať s rôznymi organizáciami a prejavovať podporu a apelovať na city užívateľov (Frey, 2011).

PR sa uplatňuje (Skořepa et al., 2008) napr. pri činnostiach:

- pravidelné príspevky do oznamovacích prostriedkov,
- konanie pravidelných tlačových besied, konferencií, usporadúvanie atraktívnych akcií,
- vydávanie vlastných novín alebo časopisov, vydávanie publikácií,
- usporadúvanie komerčných, neziskových a charitatívnych akcií,
- sponzorovanie športových, kultúrnych a sociálnych aktivít,
- budovanie jednotného vizuálneho štýlu obce
- spolupráca s inými mestami, organizáciami, prezentácia obce prostredníctvom internetu,
- využívanie foriem písomnej komunikácie s obyvateľmi obce.

Medzi ciele PR patrí aj zviditeľňovanie úspechu organizácie na trhu. V tomto prípade ide o budovanie imidžu účasťou a ocenenie v rámci rôznych súťaží a podujatí. Napr. súťaž „Dedina roka“ od roku 2001 podporuje snahu o rozvoj vidieka (Hasprová et al., 2010).

Marketing udalosti (EVENT marketing) predstavuje perspektívny prvok PR pre obce uskutočňovaním rôznych osláv výročí, besied, plesov, koncertov, súťaží atď. (Vašítková, 2011).

Reklama a propagácia: Ide o platenú formu neosobnej, masovej komunikácie, hlavne pomocou reklamných a propagačných materiálov (Vašítková, 2011). Prostredníctvom tlačených materiálov môže efektívne obec informovať obyvateľov. Ide o vlastné noviny, letáky, brožúry, publikácie (Rumpel, 2007).

Internetový marketing: Prostredníctvom internetu sa môžu služby nielen ponúkať, predávať, ale aj distribuovať. Súčasťou internetovej komunikácie obce je aj zriadená prezentačná www stránka obcí a miest (Vašítková, 2011). S internetom prichádzajú na trh i sociálne siete ako Facebook, Twitter, LinkedIn. Stávajú sa pevnou súčasťou online marketingových aktivít a online komunikácie so zákazníkom. Vďaka ich prednostiam sa ich pôsobenie rozširuje do oblasti biznis trhu, propagácií podniku, produktu, či služby (zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie, 2011).

Podpora predaja: V prípade marketingu miest a obcí sa uplatňuje pomocou cenových zliav pri znížení nájomného vo vybraných bytoch, v nebytových priestoroch alebo ponuky na výhodnú kúpu pozemkov pre investorov (Harasimová, 2009).

Osobný predaj: Význam tejto formy komunikácie kladie dôraz na zodpovedný, profesionálny prístup pracovníkov mestského/obecného úradu (Vašítková, 2011).

Priamy marketing: Je vhodnou alternatívou oslovenia cieľových skupín s nízkymi nákladmi. Základné formy využitia sú osobný predaj, on-line marketing, kiosky, telemarketing, pošta, internet (Hasprová, 2010).

E. Ľudia

V mestskom marketingu tvoria ľudia hlavnú zložku marketingového mixu (Skořepa et al., 2008). Patria tu zákazníci ako aj poskytovatelia produktu. V marketingovej stratégii obce sa tento nástroj uplatňuje pri pôsobení na zamestnancov i zákazníkov obecného úradu, teda na (Vašítková, 2011):

- pracovníkov mestských a obecných úradov (úradníkov),
- volených primátorov,
- všetkých ostatných klientov – občanov (obyvatelia, návštevníci, investori a i.).

F. Materiálne prostredie

Tvoria ho všetky viditeľné prvky, ktoré obklopujú spotrebiteľa jeho produktov a sú nevyhnutné pre výkon služby. Patrí tu hlavne vonkajšie prostredie (okolitá príroda, tvary, vzhľad budov, parkoviská, a i.) a vnútorné prostredie – interiér (zariadenie priestorov obecného úradu, kancelárske potreby, osvetlenie, značka, logo a i.) (Skořepa et al., 2008). Materiálne prostredie slúži na odlišenie produktov a napomáha pri budovaní konkurenčnej výhody (Vávra et al., 2007).

G. Procesy

Cieľom stratégie marketingového prvku procesy, je doceliť poskytovanie produktu, aby klienti boli spokojní nielen so samotným produktom, ale aj so spôsobom, ako im služba bola dodaná. Platí to hlavne pri službách s vysokou mierou kontaktu pri poskytovaní služieb (Vašítková, 2011). Mesto či obec by malo disponovať prehľadným informačným systémom, ktorý zohráva dôležitú rolu pri propagácii obce a zároveň informuje jednotlivé subjekty

o rôznych aktivitách, možnostiach, nariadeniach a i. (Vávra et al., 2007). Medzi stratégie procesov poskytovania služieb patrí napr. vyriaďovanie sťažností, zjednodušenie formulárov, včasné a vyčerpávajúce zodpovedanie písomných žiadostí a dotazov, vytvorenie smerníc pre kontaktný personál, nahradenie ľudskej sily mechanizáciou (informačné boxy), čiastočné zapojenie zákazníka do produkčného procesu využitím internetu a i. (Vašítková, 2011).

H. Partnerstvo

„Partnerstvo znamená účasť súkromného a verejného sektora pri riadení obce, a zároveň vytváranie siete vzťahov s rôznymi subjektmi, tvoriacimi a ovplyvňujúcimi produkt“ (Vašítková, 2011, s. 121).

Podľa zainteresovaných strán sa rozlišuje spolupráca (Skořepa et al., 2008):

- verejná správa – občianska verejnosť,
- verejný sektor – súkromný sektor,
- partnerstvo medzi subjektmi verejného sektora.

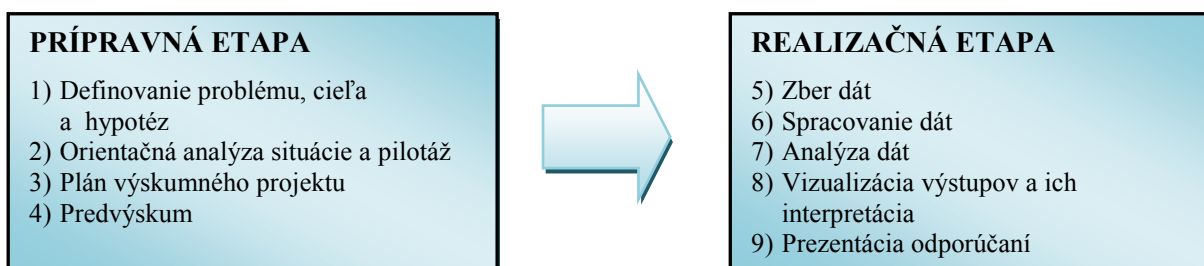
Dlhodobý vzťah verejného a súkromného sektora je známy tiež pod pojmom PPP (Public Private Partnership). Môže ísť o financovanie výstavby, prevádzkovanie infraštruktúry atď. (Vašítková, 2011).

Do popredia sa dostáva tiež medzinárodná a cezhraničná spolupráca. Najrozšírenejšou formou je organizovanie spoločných kultúrnych podujatí, udržiavanie miestnych tradícií, zvykov a obyčají, športové akcie, spoločné náboženské podujatia. Dlhé roky fungujú v EÚ programy zamerané na spoluprácu regiónov v pohraničí a širšom zázemí členských krajín. V rokoch 2007 – 2013 má Slovensko 5 programov cezhraničnej spolupráce (Hasprová et al., 2010).

4 Metodika výskumu

Táto kapitola sa zaoberá samotným procesom marketingového výskumu, ktorý sa skladá z dvoch etáp (viď Obr. 4.1), ktoré na seba logicky nadväzujú. Táto práca sa postupne zameriava na každú z nich.

Obr. 4.1 Priebeh marketingového výskumu



Zdroj: Kozel et al., 2011, str. 73

4.1 Prípravná etapa

Táto časť bude venovaná definovaniu problému a cieľa výskumu. Z nich sa bude odvíjať stanovenie hypotéz. Ďalej tu budú uvedené zdroje dát, charakteristika základného a výberového súboru, nástroje zberu dát, opísaná kontrola plánu a pilotáž dotazníka.

Definovanie problému a cieľa

Obec Nová Bystrica ponúka občanom rôzne služby. Niektorí občania nie sú však so životom v obci spokojní. Obec má dlhšiu dobu záporné migračné saldo.

Cieľom výskumu je zistiť spokojnosť obyvateľov s vybranými službami poskytovanými v obci a so zázemím v obci. Záujem sa kládol tiež na ich samotné návrhy, či by mali záujem o rozšírenie poskytovaných služieb a čo by im život v obci podľa nich mohlo spríjemniť. Na základe výsledkov výskumu bude úlohou podať odporúčania a návrhy na zlepšenie.

S charakterizovaním problému a identifikáciou cieľa je potrebné stanovenie hypotéz. Tie súvisia so samotným cieľom, teda so spokojnosťou so službami.

Hypotézy

H1 - Ľudia zaoberajúci sa aktívne o dianie v obci, čerpajú informácie najviac z obecného časopisu Novobystrický hlásnik.

H2 – Najsilnejším motívom, ktorý by ľudí prinútil bývať v obci, je faktor pracovné príležitosti.

H3 - S rastúcim vekom, klesá nespokojnosť s dopravným spojením s okolím.

Plán výskumu

V rámci výskumu budú využité primárne i sekundárne informácie. **Primárne údaje** budú získané formou vytvoreného dotazníka a následným zberom dát a tiež z informácií poskytnutých zamestnancami úradu. Ako **sekundárne informácie** budú slúžiť údaje z odbornej literatúry vzťahujúcej sa k riešenej problematike. Čerpať sa bude tiež z internetových stránok obce Nová Bystrica.

Základný súbor tvoria občania Novej Bystrice nad 18 rokov, ktorých je v súčasnosti približne 2 200. **Výberový súbor** je stanovený počtom 150 respondentov. Títo respondenti budú vyberaní pomocou techniky vhodného úsudku, keďže otázky sú mierené priamo na obyvateľov obce. Orientačne sú stanovené kvóty, a to podobné zastúpenie všetkých vekových kategórií a priblížiť sa lokalite, kde respondenti bývajú podľa počtu obyvateľov v pomere Nová Bystrica 60 : 40 Vychylovka.

Dáta budú získavané **kvantitatívnym výskumom** formou písomného a elektronického šetrenia prostredníctvom dotazníka v mesiacoch február a marec. Dotazník pre elektronické šetrenie bude umiestnený na webových stránkach obce a na sociálnej sieti facebook. Dotazník v písomnej podobe bude umiestnený priamo na obecnom úrade, na pošte a v miestnom obchode.

Dotazník má 24 otázok, z toho 4 sú identifikačné (príloha 3). Tie vykazujú sociálno-demografické informácie, ktoré umožnia uskutočniť triedenie druhého stupňa. Ide o pohlavie, vek, dosiahnuté vzdelanie a časť obce, v ktorej respondenti bývajú.

Otázky sa zameriavajú na problematiku výskumu:

- čistotu a dopravu,
- informovanosť o dianí v obci,
- vybrané služby v obci,
- zázemie pre trávenie voľného času.

Rozpočet výskumu

Do nákladov súvisiacich s výskumom možno zahrnúť tlač dotazníkov v počte 120 ks a farbu do tlačiarne v hodnote 15 EUR. Celkové náklady na výskum činia asi 20 Eur, čo je pri súčasnom kurze 495 Kč.

Testovanie dotazníka bolo uskutočňované najskôr neformálne, pomocou pilotáže na rodinných príslušníkoch. Následne po úpravách koncepcie dotazníka sa uskutočnil predvýskum tiež na členoch rodiny a známych v počte šiestich ľudí, kde sa zachytili všetky stanovené vekové kategórie.

Testovaním boli zistené chyby, ktoré boli na základe pripomienok, návrhov zo strany respondentov upravené:

- 4. otázka – respondentom nevyhovovalo polozenie otázky, preto bola otázka rozšírená o strednú hodnotu,
- 7. otázka – ide o otvorenú otázku, ktorá bola pretransformovaná, aby bola lepšie pochopiteľná a lepšie špecifikovaná,
- 12., 18. – respondentom bolo zvýraznené a dodané hodnotenie, pretože nevedeli, čo daná škála znamená.
- 20. otázka – respondenti nepochopili, že majú svojim odpovediam priradiť body 1 až 4 z hľadiska dôležitosti, následne bolo pridané vysvetlenie (1 – najviac dôležité až 4 – najmenej dôležité).

Harmonogram činnosti

Tab. 4.1 Harmonogram činnosti

Činnosť/mesiac	November 2011	December 2011	Január 2012	Február 2012	Marec 2012	Apríl 2012
Definovanie problému	X					
Plán výskumu	X					
Tvorba dotazníku		X				
Pilotáž			X			
Zber dát			X	X		
Spracovanie dát					X	
Analýza dát					X	X
Kompletné spracovanie						X

4.2 Realizačná etapa

Samotný **zber dát**, ako bolo už spomínané, začal v polovici februára a končil v polovici marca. Vyplnené tlačené dotazníky mohli respondenti odovzdať na miestnej pošte.

V konečnom úhrne bolo vyplnených 172 dotazníkov. 20 dotazníkov bolo vyradených zo spracovania z dôvodu viacerých vynechaných, nezodpovedaných otázok. Tento prípad sa týkal hlavne pri vekovej kategórii nad 62 rokov. Konečný počet dotazníkov použitých vo výskume bol 152.

Spracovanie dát bolo uskutočnené pomocou programu Microsoft Excel a pomocou štatistického softwaru SPSS. V MS Excel bol vytvorený „kódovník“ a „datová matica“. Z dátovej matice boli údaje exportované do softwaru SPSS, pomocou ktorého sa analyzovali jednotlivé otázky, triedili dáta podľa prvého a druhého stupňa. Triedenie druhého stupňa sa realizovalo podľa identifikačných otázok vek, pohlavie, miesto bývania, vzdelanie.

Mechanizmus výpočtu

Pri zisťovaní spokojnosti občanov so službami v kapitole 5, bola ako podklad pre výpočet indexu spokojnosti použitá viacstupňová Likertova škála, ktorá bola obsiahnutá v batérii (Schiffman, Kanuk, 2004). V tomto prípade škála predstavuje hodnotenie 1 až 4. Podkladom je vzťah:

1 (veľmi spokojný) - 100 % spokojnosť

4 (veľmi nespokojný) - 0 % spokojnosť

$$\text{výpočet indexu spokojnosti – pôvodný: } IS = \left(\frac{(7-PZS)}{(7-1)} \right) \cdot 100 (\%) \quad (4.1)$$

$$\text{výpočet indexu spokojnosti – upravený: } IS = \left(\frac{(4-PZS)}{(4-1)} \right) \cdot 100 (\%) \quad (4.2)$$

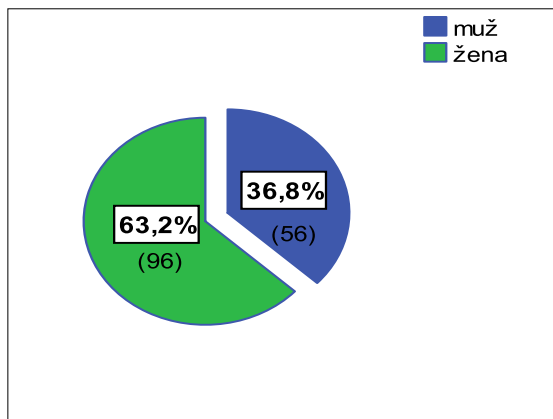
PZS- priemerná známka spokojnosti

Štruktúra výberovej vzorky

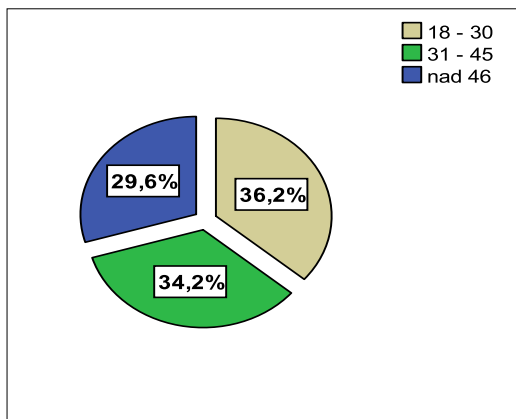
Štruktúra vzorky respondentov bola vyhodnotená pomocou identifikačných otázok z dotazníka: pohlavie, vek, vzdelanie a bydlisko (viď Obr. 4.2 až 4.5).

Z celkového počtu 152 respondentov sa výskumu zúčastnilo 96 žien (63,2 %) a 56 mužov (36,8 %). Aby sa zachovala miera reprezentatívnosti výberového vzorku a dodržal stanovený kvótny výber, „rekodovala“ sa otázka veku. Zúžila sa veková škála tým, že sa spojili dve posledné vekové kategórie. Vekové zloženie respondentov je od 18 do 30 rokov najpočetnejšie (36,2 %), podobne zastúpená je kategória 31 – 45 rokov (cez 34 %) a o niečo menej spojená kategória nad 46 rokov (29,6 %).

Obr. 4.2 Štruktúra VV podľa pohlavia

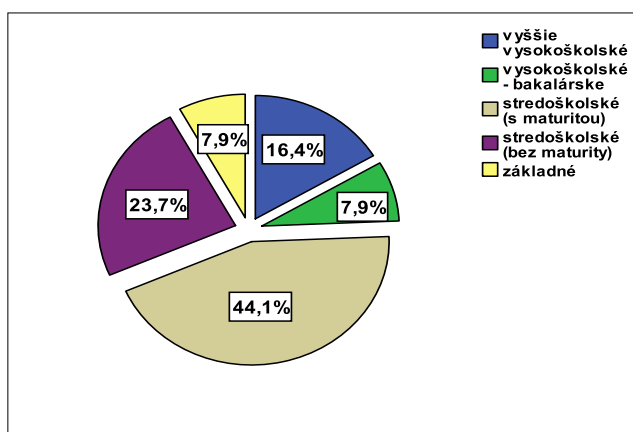


Obr. 4.3 Štruktúra VV podľa veku

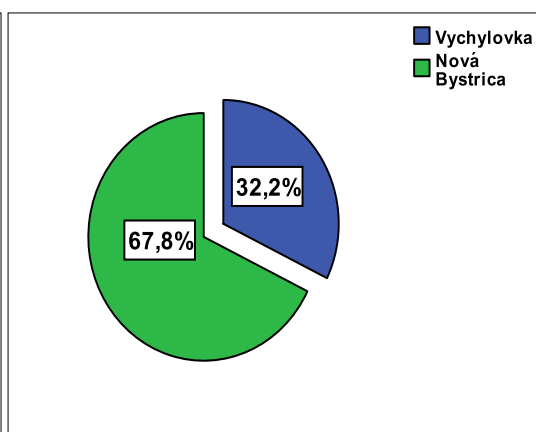


Najviac respondentov uviedlo ako najvyššie ukončené vzdelanie stredoškolské s maturitou (44,1 %), celkom 23,7 % uviedol stredoškolské bez maturity. Na rovnakej úrovni 7,9 % uviedli respondenti ukončené základné vzdelanie a vysokoškolské bakalárske. Vyššie vzdelanie uviedlo 16,4 % opýtaných.

Obr. 4.4 Štruktúra VV podľa vzdelania



Obr. 4.5 Štruktúra VV podľa miesta pobytu



Štruktúra respondentov odpovedajúcich na identifikačnú otázku o mieste pobytu, sa približuje k stanovenému kvótnemu výberu. 32,2 % opýtaných uviedlo miesto pobytu časť obce Vychylovku a zvyšok 67,8 % Novú Bystricu.

5 Analýza spokojnosti obyvateľov

Táto kapitola je venovaná vyhodnoteniu otázok z dotazníka, stanovených hypotéz a celkovej prezentácii výsledkov výskumu. Niektoré otázky sú vyhodnotené podľa triedenia druhého stupňa. Ide o triedenie podľa pohlavia, miesta bývania, dosiahnutého vzdelania a veku respondenta. Tabuľky s jednotlivými početnosťami sú uvedené v prílohách 4 a 5.

5.1 Vyhodnotenie otázok

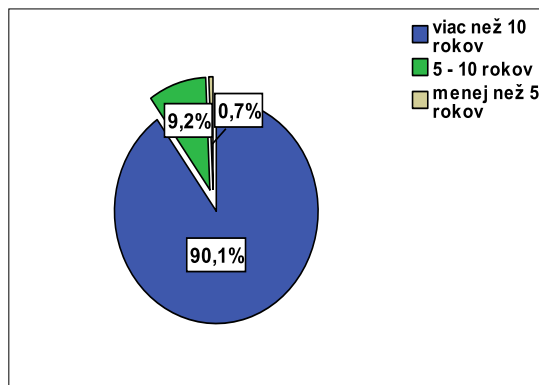
V dotazníku bolo použitých celkom 24 otázok, štyri boli identifikačné a jedna kontaktná. Kontaktnou otázkou sa zisťovalo, či dopytovaný respondent je občanom obce Nová Bystrica. V prípade, že nebol občanom obce, dotazník bol ukončený, a tým pádom nezahrnutý do spracovania analýzy. Zvyšných 19 otázok je rozdelených na tieto okruhy: celková spokojnosť, informovanosť o dianí v obci, zázemie pre trávenie voľného času, čiastkové spokojnosti s vybranými službami.

5.1.1 Celková spokojnosť so životom a zázemím

V tejto problematike sa okrem celkovej spokojnosti, vyhodnotili otázky spojené s dĺžkou bývania v obci, otázka možného odsťahovania z obce a tiež preferencie motívov, ktoré hrajú dôležitú úlohu v rozhodovaní obyvateľov o bývaní v obci.

Zahrievacou otázkou bola otázka, ako dlho respondent žije v obci. Čo sa týka **dĺžky bývania v obci**, uviedlo celkom vyše 90 % opýtaných dobu viac ako 10 rokov. Menej ako 10 % respondentov označilo, že v obci žije viac ako 5 rokov a iba jeden z respondentov označil odpoveď „menej než 5 rokov“ (viď Obr. 5.1). Vzhľadom k tejto skutočnosti je pravdepodobné, že opýtaní by nemali mať problém vyjadriť sa k danej problematike.

Obr. 5.1 Štruktúra respondentov podľa dĺžky bývania v obci

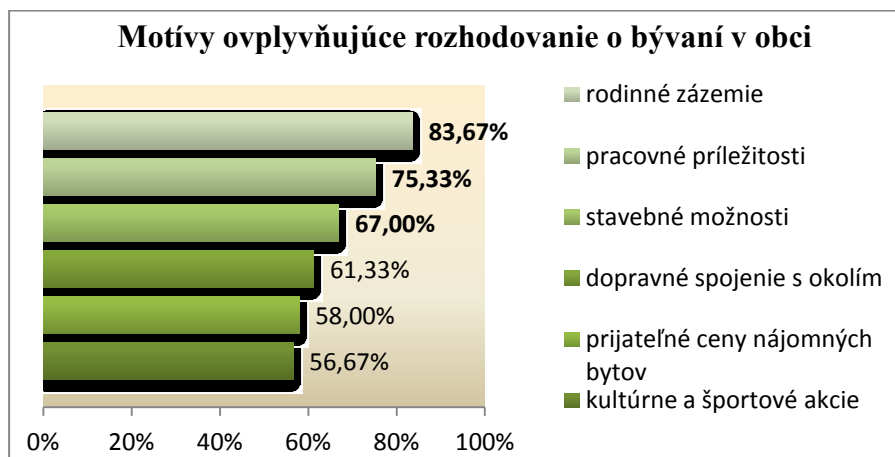


V otázke, ako sú respondenti **celkovo spokojní so životom obci**, z počtu 152 opýtaných, vyplynula priemerná známka 2,03, čo predstavuje priemernú spokojnosť 65,7 %. Z pohľadu triedenia druhého stupňa, horšie hodnotenie bolo u respondentov vo veku 31 – 45 rokov. Priemerná známka ich hodnotenia bola 2,35, čo predstavuje priemernú spokojnosť 55 %. Muži hodnotili svoju spokojnosť o niečo lepšie ako ženy. Čo sa týka vzdelania, najhoršia nameraná priemerná známka sa ukázala pri vysokoškolskom vzdelaní, a to 2,32, čo predstavuje priemernú spokojnosť 56 % (viď príloha 5, Tab. 5.5).

V otázke **možnosti sťahovania**, odpovedalo až 51,3 % respondentov, žeby zvážili túto možnosť a z obce sa v budúcnosti vysťahovali. K tejto možnosti sa prikláňajú viac ženy (53,1 %) ako muži (48,2 %). Nad alternatívnym bývaním rozmýšľajú hlavne respondenti vo veku 18 – 30 rokov a naopak o tejto možnosti nepremýšľajú respondenti nad 46 rokov, ktorí tu majú vybudované silné zázemie. Nad alternatívou sťahovania premýšľajú viac respondenti žijúci vo vzdialenejšej časti obce, teda časti Vychylovka (57,1 %). (viď príloha 5, Tab. 5.7).

Záujmom bolo tiež zistiť, na čo berú respondenti najviac ohľad pri **zvažovaní otázky sťahovania**. V tejto otázke mali ohodnotiť dôležitosť jednotlivých vybraných faktorov od 1 do 4, kde hodnoty znamenali „1 – najviac dôležité“ až „4 – najmenej dôležité“. Zoznam priemernej dôležitosti jednotlivých faktorov v % je uvedený v nasledujúcom obrázku 5.2.

Obr. 5.2 Percentuálne vyhodnotenie motívov ovplyvňujúcich rozhodovanie o bývaní



V priemere je najdôležitejším faktorom v otázke sťahovania faktor **rodinné zázemie**. Najpočetnejšie hodnotenie bolo „1 – veľmi dôležité“. Tento faktor je dôležitý hlavne pre ženy. Celková dôležitosť u žien zaznamenala hodnotu 86,3 %. Z pohľadu veku ide o respondentov nad 46 rokov (87,3 %). Starší ľudia majú v obci silné zázemie, okruh známych a rodinu. Naopak mladší ľudia sa skôr adaptujú na nové prostredie a podmienky.

Pracovné príležitosti respondenti väčšinou hodnotili jednotkou. Priemerná dôležitosť tohto faktora je 75,3 %. Stáva sa tak druhým najdôležitejším faktorom pre respondentov. 20 respondentov označilo možnosť 4 – najmenej dôležité. Predpokladá sa, že títo respondenti majú dobrú prácu mimo obce, a preto je pre nich tento faktor bezpredmetný (viď príloha 4, Tab. 4.12). Pre ženy je tento faktor o niečo viac dôležitejší ako pre mužov. Najviac dôležitý je tento faktor pre vyštudovaných vysokoškolákov, ktorí si hľadajú prácu a sú ochotní sťahovať sa za ňou. Priemerná dôležitosť faktora pracovné príležitosti je pre respondentov z časti Vychylovka vyššia (83 %), predstavuje známku 1,51. U respondentov z časti Nová Bystrica je priemerná známka hodnotenia 1,85 čiže 71,7 % (viď príloha 5, Tab. 5.8, 5.9).

Priemerná známka faktora **stavebné možnosti** je 1,99. Predstavuje 67 % dôležitosť. Z pohľadu veku, je tento faktor dôležitejší pre vekovú kategóriu 18 – 30 rokov so 76,3 % dôležitosťou.

Dopravné spojenie s okolím hodnotili respondenti väčšinou známkou „2 – menej dôležité“. V tomto prípade ide o 61,3 % dôležitosť. Tento faktor preferujú viac ženy (67 % dôležitosť). Predpokladá sa, že ženy sú viac odkázané na verejnú dopravu a myslia do budúcnosti na deti a na potrebu dopravného spojenia s okolitými mestami.

Priemerná dôležitosť pri faktore **ceny nájomných bytov** je 58 %. **Kultúrne, športové akcie** sú pri rozhodovaní o bývaní najmenej preferované. U vekovej kategórie od 18 – 30 rokov (63 % dôležitosť). S rastúcim vekom dôležitosť tohto faktoru klesá.

5.1.2 Informovanosť v obci

V tejto časti je zahrnutá filtračná otázka, či sa respondent vôbec zaujíma o dianie v obci a odkiaľ získava aktuálne informácie. Až 96,7 % opýtaných sa zaujíma o chod obce, z toho takmer 60 % prijíma informácie náhodne z okolia a 40,8 % si aktívne vyhľadávajú informácie o chode obce. Zvyšok 3,3 % respondentov sa vôbec nezaujíma, čo sa v obci deje.

V nasledujúcej tabuľke 5.1 je možné vidieť, že vo veku 31 – 45 rokov sa všetci respondenti zaujímajú o chod obce. Z toho aktívne viac ako 55 %.

Tab. 5.1 Záujem o dianie v obci z pohľadu veku

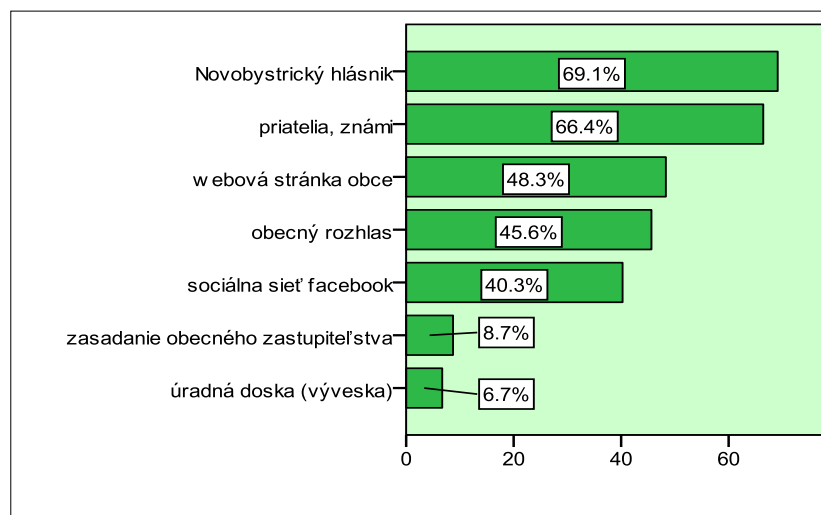
	18 - 30	31 - 45	nad 46
áno, zaujímam sa aktívne a vyhľadávam aktuálne informácie o chode obce	21,8%	55,8%	46,7%
áno, informácie o chode obce prijímam len náhodne z okolia	72,7%	44,2%	48,9%
nie, nezaujímam sa o dianie v obci	5,5%	0,0%	4,4%

Získavanie informácií o chode obce

V tejto otázke mohli respondenti označiť viacero odpovedí. Zakomponovaná tu bola tiež možnosť Iné, ktorú respondenti využili v pár prípadoch. Jednalo sa o miestne obchody, kde bývajú na dverách vylepené plagáty napr. o odvoze komunálneho odpadu.

Na obrázku 5.3 je vidieť, že najčastejšie sa informácie k respondentom dostávajú pomocou obecného časopisu **Novobystrický hlásnik** (69,1 %), ktorý informuje obyvateľov o tom, čo sa v obci udialo za posledný mesiac. Druhým najčastejším zdrojom pre získavanie informácií sú **priatelia a známi** (66,4 %). Ďalšími významnými zdrojmi sú **webová stránka** obce (48,3 %), **obecný rozhlas** (45,6 %), **sociálna sieť facebook** (40,3 %). Internetové stránky ponúkajú svojim návštevníkom rôzne informácie (od zasadania obecného zastupiteľstva, cez kultúrne a športové akcie až po pozvánky na rôzne podujatia). Posledné zdroje získali pod 10 %.

Obr. 5.3 Percentuálne hodnotenie zdrojov informácií o dianí v obci



Z pohľadu triedenia druhého stupňa podľa veku je možné pozorovať, že Novobystrický hlásnik je najviac obľúbený vo veku nad 46 rokov (81,4 %). Rovnako aj obecný rozhlas (58,1 %). Dalo sa očakávať, že sociálna sieť facebook bude najviac označovaná respondentmi do veku 30 rokov (50 %), pretože práve títo mladí ľudia majú založený účet na sociálnej sieti, kde môžu pozorovať, čo sa v obci práve koná alebo sa pripravuje.

5.1.3 Zázemie pre trávenie voľného času

Cieľom bolo zistiť, ako sú obyvatelia spokojní s možnosťami trávenia voľného času. Ďalej v otvorenej otázke mohli uviesť, aké akcie, či už športového alebo kultúrneho charakteru, by v obci uvítali. Nakoniec tu bude zakomponovaná otázka o vítaných aktivitách v obci, kde sa spresní, či ľudia preferujú sprevádzkovanie priestorov a miest pre voľno časové aktivity pred zriadením služieb technického charakteru.

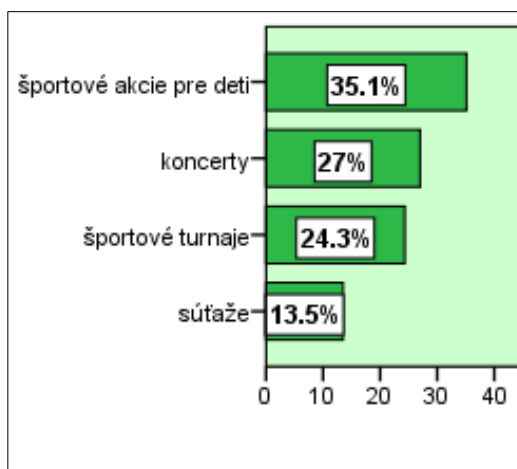
Priemerná spokojnosť s trávením voľného času je 52 %. Triedenie druhého stupňa neukázalo zaujímavé výsledky. Obyvatelia časti Vychylovka sú s možnosťami trávenia voľného času spokojnejší o 5 % ako respondenti z Novej Bystrice. S rastúcim vekom i vyšším vzdelaním, sa spokojnosť s trávením voľného času znižuje.

V otázke o navrhovaných kultúrne - športových akciách zo strany respondentov, boli vítané rôznorodé a špecifické podujatia. Najviac boli navrhované **športové akcie pre deti**. 13 respondentov, z toho 8 žien uviedlo túto možnosť. Hlavne matky si všímajú deti, ktoré travia veľa času pri televízii a nevyužívajú zmysluplne voľný čas (viď Obr. 5.4).

Desať respondentov uviedlo **koncerty**. Väčšinou išlo o koncerty rockových kapiel. **Športové turnaje** (či už volejbalové, tenisové, nohejbalové) navrhuje deväť občanov.

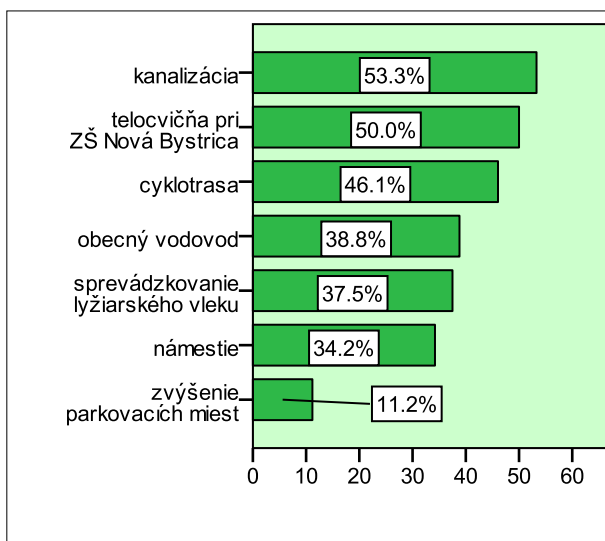
Súťaže rôzneho druhu navrhovalo 5 občanov. Odpovede boli rôzneho súťažného formátu ako napr. súťaž v pečení koláčov, varení guláša, súťaže matky s deťmi. Ostatné špecifické návrhy sú uverejnené v prílohe 4, Tab. 4.5.

Obr. 5.4 Percentuálne vyjadrenie navrhovaných aktivít



V nasledujúcej otázke si mali respondenti vybrať maximálne tri možnosti, ktoré by v obci pokladali za prvoradé. Možnosti sú uvedené v nasledujúcom obrázku 5.5.

Obr. 5.5 Percentuálne vyjadrenie požadovaných aktivít v obci



81 respondentov (53,3 %) by za prvoradú aktivitu v obci zvolila vybudovanie **kanalizácie**. Ide hlavne o respondentov nad 46 rokov a občanov časti Vychylovka.

Za vybudovanie **telocvične** pri škole v **Novej Bystrici** sú hlavne respondenti z tejto časti obce (63,1 %). 3. miesto získalo očakávané dokončenie **cyklotrasy**, ktoré si želá 70 opýtaných.

59 respondentov pokladá za prvoradú aktivitu vybudovanie **obecného vodovodu**. V tomto prípade ide hlavne o obyvateľov časti Vychylovka (57,1 %), pretože časť Nová Bystrica disponuje vodou z Novobystrickej priehrady a v časti Vychylovka v letným mesiacoch voda chýba.

Sprevádzkovanie lyžiarskeho vleku by si prialo 57 respondentov, z toho 51 % obyvateľov z časti Vychylovka.

Rozostavené **námestie** by do prvej trojice vítaných aktivít zahrnulo 52 opýtaných, hlavne respondenti nad 46 rokov. **Zvýšenie parkovacích miest** nezaznamenalo väčší dopyt.

Zaujímavé bolo umiestnenie aktivít v obci na prvých troch priečkach z pohľadu miesta bydliska. Tento stav je uvedený v nasledujúcej tabuľke 5.2.

Tab. 5.2 Vítané aktivity v obci z hľadiska miesta bydliska

	Nová Bystrica		Vychylovka	
	Početnosť	% početnosť	Početnosť	% početnosť
cyklotrasa	52	50,5%	18	36,7%
námestie	30	29,1%	22	44,9%
telocvičňa pri ZŠ Nová Bystrica	65	63,1%	11	22,4%
zvýšenie parkovacích miest	14	13,6%	3	6,1%
obecný vodovod	31	30,1%	28	57,1%
kanalizácia	51	49,5%	30	61,2%
sprevádzkovanie lyžiarskeho vleku	32	31,1%	25	51,0%

V tabuľke je vidieť, že preferencie obyvateľov z jednotlivých častí obce sa líšia. Respondenti z časti Nová Bystrica by na **1. mieste** uvítali zriadenie telocvične pri škole. Je vidieť, že tá tu dlhé roky chýba a miestne deti nemajú zázemie pre rozvíjanie športových aktivít. O trinásť respondentov menej označilo najviac možnosť cyklotrasa. Je zrejmé, že obyvatelia sa tešia na to, kedy budú môcť cyklotrasu naplno využívať na športové aktivity a trávenie voľného času. Treťou najviac navrhovanou aktivitou bolo vybudovanie kanalizácie.

Z pohľadu občanov bývajúcich v časti Vychylovka, **1. miesto** získalo vybudovanie kanalizácie. Ďalšou najviac navrhovanou aktivitou bolo vybudovanie obecného vodovodu. Ako už bolo spomenuté, obyvatelia tejto časti, majú v letných mesiacoch, v období sucha, problémy s vodou. Keďže v tejto časti obce sa nachádzajú priestory na zimné lyžovanie, respondenti ako tretiu najpočetnejšiu aktivitu navrhovali sprevádzkovanie lyžiarskeho vleku.

5.1.4 Spokojnosť s vybranými službami

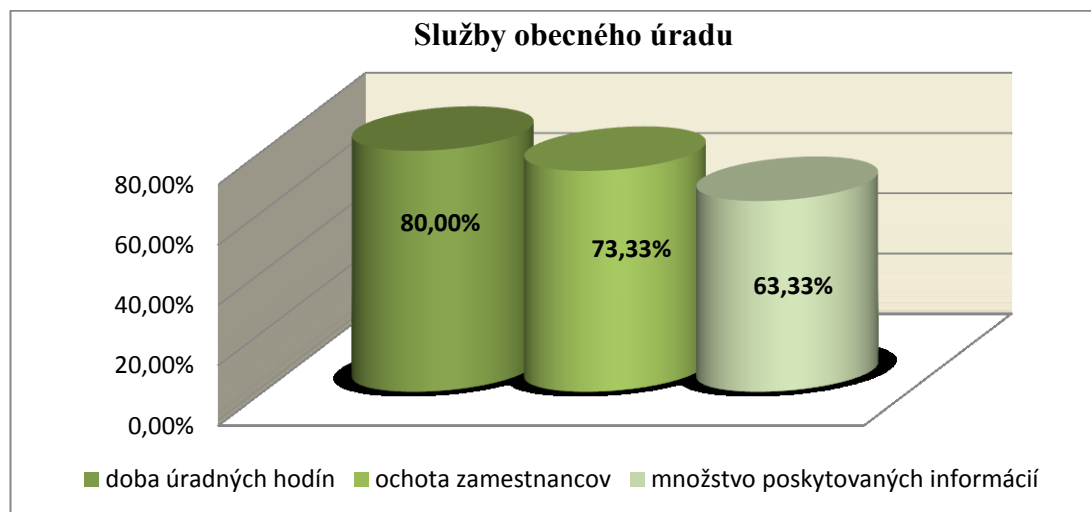
Spokojnosť so službami obecného úradu

Respondenti hodnotili svoju spokojnosť so službami obecného úradu (doba úradných hodín, ochota zamestnancov a množstvo poskytovaných informácií). Hodnotenia priemernej spokojnosti s jednotlivými atribútmi sú uvedené na obrázku 5.6.

S dobou úradných hodín je priemerná spokojnosť 80 %. Vykazuje to priemerná známka 1,6. Najpočetnejšou známkou bola 2, čo znamená spokojnosť. 55 ľudí čiže 36,2 % všetkých respondentov označili možnosť 1 – veľmi spokojný, a variantu 2 o päť ľudí viac. 14 respondentov sa nevyjadrilo, označilo možnosť N čiže neviem, nemôžem posúdiť. Dá sa predpokladať, že obecný úrad nenavštevujú, a preto sa k danej problematike nemohli vyjadriť.

Pri poskytovaní služieb obecným úradom je dôležitým faktorom **ochota zamestnancov**, ktorí prichádzajú do styku s obyvateľmi a riešia ich problémy. Tvoria neoddeliteľnú súčasť obecného úradu. Zahŕňajú jeden z prvkov marketingového mixu. Priemerná spokojnosť je pri tomto faktore 73,3 %. Vykazuje to priemerná známka 1,84.

Obr. 5.6 Priemerná spokojnosť so službami obecného úradu v %



Z pohľadu rozdelenia mužov a žien, celkovo nie je žiaden rozdiel, obe pohlavia vnímajú ochotu zamestnancov rovnako. Ich priemerná známka bola v oboch prípadoch 1,84. Teda priemerná spokojnosť 72 %.

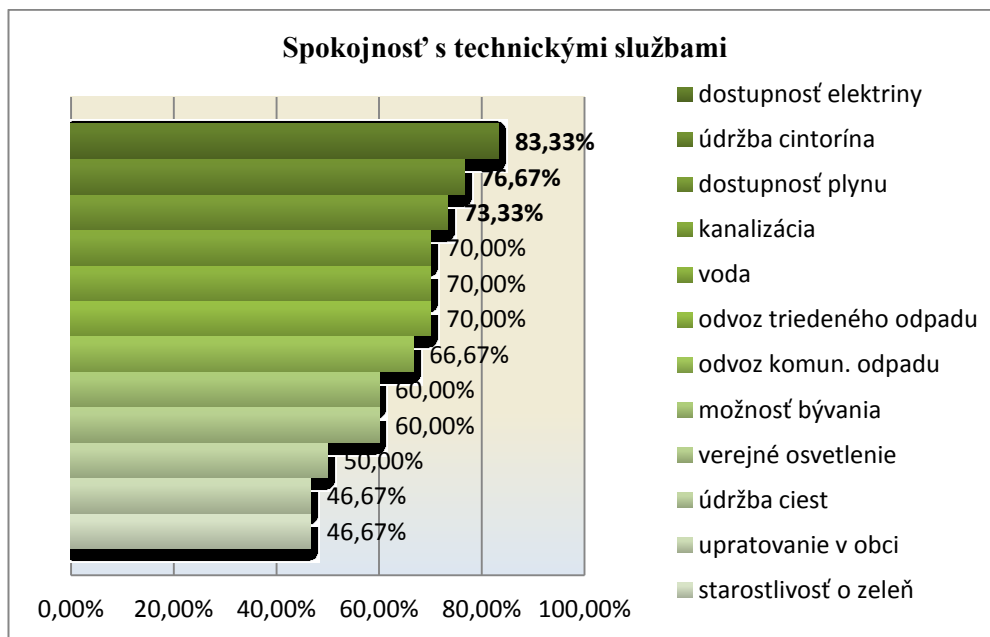
S hodnotením poskytovania služieb obecným úradom, najhoršie dopadlo **množstvo poskytovaných informácií**, ktoré získalo priemernú známku 2,11 čiže priemernú spokojnosť 63,3 %. Najviac nespokojní sú respondenti s ukončeným vysokoškolským vzdelaním (46,7 % spokojnosť) a z pohľadu vekovej kategórie ide o 31 – 45 ročných (54 % spokojnosť). Ženy cítia väčšiu potrebu byť informované ako muži. Ich priemerná spokojnosť s týmto faktorom je ohodnotená na 59,3 %.

Spokojnosť s technickými službami

Tento okruh bude venovaný spokojnosti respondentov s vybranými technickými službami, celkom dvanásť faktorov. Priemerné hodnoty spokojnosti sú uvedené na Obr. 5.7.

Najlepšie hodnotenie priemerných známok získali služby: dostupnosť elektriny (1,5), údržba cintorína (1,7) a dostupnosť plynu (1,8).

Obr. 5.7 Priemerné hodnotenie spokojnosti technických služieb v %



S úrovňou **odvozu komunálneho odpadu** je väčšina respondentov spokojná. Najpočetnejšia známka bola 2 (38,8 %) a 1 (28,9 %). Priemerná známka z hodnotenia vyšla 2. Priemerná spokojnosť s odvozom komunálneho odpadu je 66,7 %. K žiadnej možnosti sa nevyjadrilo 3,9 % respondentov. Žiadne významné rozdielnosti v triedení druhého stupňa nenastali.

Čo sa týka **odvozu triedeného odpadu**, z výskumu vyplýva, že je na tom podobne. Priemerná známka je o niečo lepšia 1,9. Presne 70 % spokojnosť je s odvozom triedeného odpadu. 10 % respondentov nevyjadrilo žiadnu možnosť hodnotenia. Z hľadiska vekovej kategórie, sú najmenej spokojní respondenti do 30 rokov.

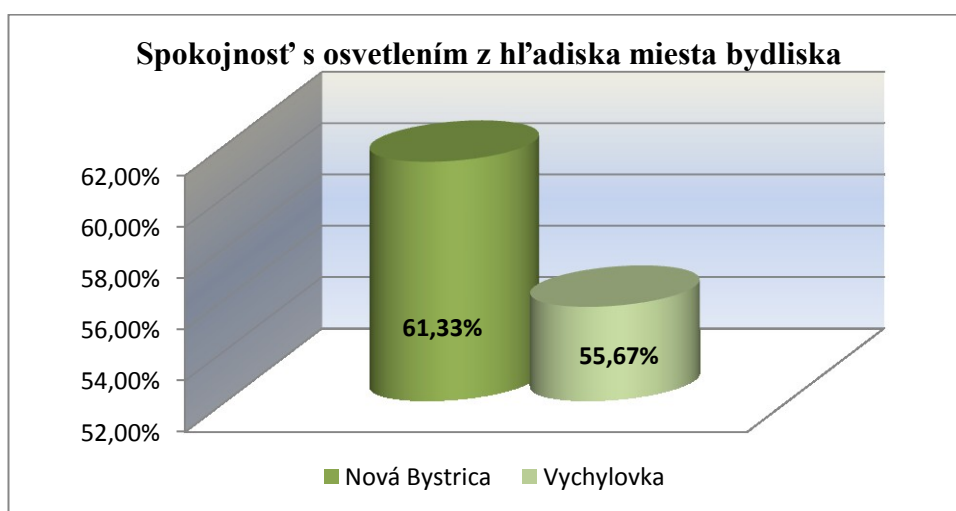
Najhoršie priečky získali hodnotené faktory **upratovanie v obci** a **starostlivosť o zeleň**. Priemerné hodnotenie mali 2,6. Najpočetnejšia zadávaná známka bola 3 – nespokojný. Priemerná spokojnosť vykazuje hodnotu 46,7 %. S upratovaním v obci sú muži takmer rovnako nespokojní ako ženy. Z pohľadu veku je najviac nespokojných respondentov do 30 rokov. V rámci jednotlivých častí obce nie sú výrazné rozdiely v hodnotenej spokojnosti.

Priemernú známku 2,5 získalo hodnotenie **údržby ciest a chodníkov**. Priemerná spokojnosť s týmto faktorom je presne 50 %. Viac sú nespokojní s údržbou ciest a chodníkov obyvatelia Novej Bystrice. 18 respondentov uviedlo známku 4 – veľmi nespokojný a 37 známku 3 – nespokojný z celkového počtu 103 opýtaných.

S **údržbou cintorína** sú obyvatelia obce veľmi spokojní. Priemerná známka hodnotenia je 1,7. Najčastejšia uvádzaná známka bola 1 – veľmi spokojný. Priemerná spokojnosť s týmto faktorom je 76,7 %.

Priemerná spokojnosť s hodnoteným faktorom **verejné osvetlenie** je 60 %. Získaná priemerná známka je 2,2. Priemerná spokojnosť obyvateľov v časti Vychylovka je nižšia o 6 % ako v časti Nová Bystrica (vid' Obr. 5.8). Z pohľadu veku sú v priemere najviac nespokojné vekové kategórie od 18 – 30 a 31 – 45 rokov, zvyšné percento tvorí kategória nad 46 rokov. Ženy sú v priemere viac nespokojné (57 % spokojnosť) ako muži (64,3 % spokojnosť).

Obr. 5.8 Percentuálna priemerná spokojnosť s verejným osvetlením z hľadiska miesta bydliska



Priemernou známkou 1,9 je hodnotená **dostupnosť vody i kanalizácia**. Priemerná spokojnosť predstavuje 70 %. Obyvatelia časti Vychylovka sú v priemere viac nespokojní s dostupnosťou vody (64 % spokojnosť) a 18,4 % respondentov sa nevyjadrilo. Naopak respondenti z časti Nová Bystrica sú viac spokojní (73 %).

Faktor **dostupnosť kanalizácie** sa zvolil kvôli tomu, aby sa zistilo, či sú respondenti spokojní s doterajším stavom, a to so zatiaľ nevybudovaním kanalizácie. Preto 40,1 % (61) respondentov sa nevyjadrilo resp. nevedelo určiť svoju spokojnosť/nespokojnosť. 28,9 % respondentov označilo známkou 4 – veľmi nespokojný.

Najlepšie hodnotenie, teda aj priemernú známkou (1,5) získal hodnotený faktor **dostupnosť elektriny**. Až 52 % respondentov ohodnotilo dostupnosť na 1 – veľmi spokojný a 34,2 % známkou 2 – spokojný. V priemere hodnotili spokojnosť respondenti časti Nová Bystrica lepšie (84 %) ako v časti Vychylovka (77 %).

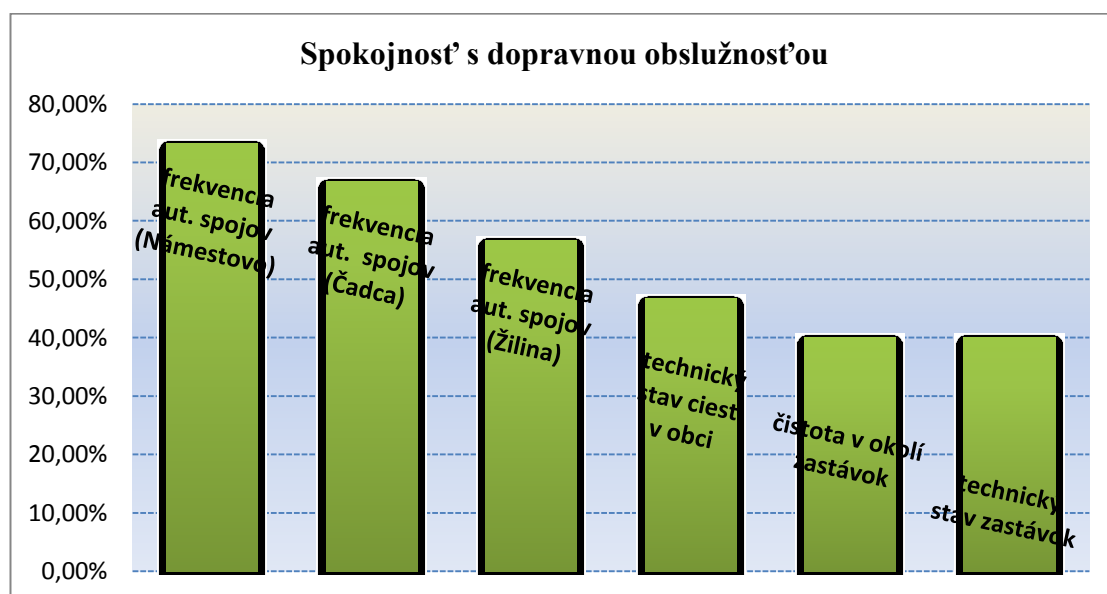
Priemernou známkou 1,8 je hodnotená **dostupnosť plynu**. 16 ľudí sa nevyjadrilo, z toho 14 (28,6 %) v časti Vychylovka, pretože plyn nie je dostupný vo všetkých častiach Vychylovky. Inak priemerná spokojnosť s dostupnosťou plynu je vyše 73,3 %. Svoju nespokojnosť vyjadrujú hlavne obyvatelia časti Vychylovka (68 % spokojnosť), ktorí by si možno prípojku chceli zaviesť.

Priemerná spokojnosť s **možnosťou bývania** je 60 %. Priemernú známku získala 2,2. Nie sú viditeľné rozdiely v hodnotení podľa bývania. Z pohľadu vzdelania sú najmenej spokojní respondenti s ukončeným bakalárskym štúdiom, a to 52,7 % spokojnosť. Rozdelením podľa pohlavia sú muži viac nespokojní ako ženy. Priemerná spokojnosť u mužov je 59 % a u žien je to 63 %. Otázku bývania a hľadanie možností pre bývanie možno viac riešia muži ako ženy. Tiež najmenšiu spokojnosť z pohľadu veku je vidieť vo veku 31 – 45 rokov (52,7 %).

Spokojnosť s dopravnou obslužnosťou

V druhej kapitole bola spomínaná v rámci charakteristiky obce jej poloha a tiež okolité mestá, kam sa miestni ľudia najčastejšie presúvajú do svojej práce. Ide o smery Čadca, Žilina a Orava. V dotazníku mohli občania vyjadriť svoju spokojnosť alebo nespokojnosť s dopravnou obslužnosťou do týchto miest. V tomto okruhu bude tiež hodnotená čistota v okolí zastávok a technický stav zastávok a ciest v obci. Priemerná spokojnosť s danými atribútmi je uvedená na nasledujúcom obrázku 5.9.

Obr. 5.9 Priemerná spokojnosť s dopravnou obslužnosťou v %



Priemernou známku 2,3 je hodnotená **frekvencia autobusových spojov do Žiliny**. 26 ľudí sa nevyjadrilo a neuviedlo svoje hodnotenie. Je možné, že väčšina ľudí používa do práce alebo na cestovanie auto, a preto nemajú prehľad o dopravných spojeniach s najbližšími mestami. Priemerná spokojnosť so spojmi v tomto smere je 56,7 %. Respondenti vo veku 18 – 30 sú najmenej spokojní (49 %). Je pravdepodobné, že oni najviac využívajú dopravné spojenie kvôli škole, prípadne práci. Z pohľadu vzdelania hodnotili najviac 4 – veľmi nespokojný, respondenti s najvyšším dosiahnutým vzdelaním základným a 3 – nespokojný, respondenti s vysokoškolským vzdelaním. Viac sú nespokojní obyvatelia časti Vychylovka z pohľadu miesta bývania (47 % spokojnosť). Svedčí o tom skutočnosť, že väčšinou uvádzali známku 3.

Lepšie hodnotenie získalo **autobusové spojenie smer Čadca**, a to priemernú známku 2. Priemerná spokojnosť je teda vyjadrená 66,7 %. Veľký rozdiel sa zaznamenal v triedení podľa miesta bydliska, kde občania Novej Bystrice vyjadrujú spokojnosť v priemere na 75 % a respondenti bývajúci v časti Vychylovka na 51,7 %. Je to spôsobené tým, že niektoré spojenia končia v časti Nová Bystrica a nepokračujú v ceste ďalej.

Pri hodnotení **frekvencie autobusových spojov smer Námestovo** až 50 respondentov (32,9 %) uviedlo, že nevedia ohodnotiť tento atribút. Z toho obyvateľov Novej Bystrice bolo 36 (35 %). Respondenti z časti Vychylovka sú skôr nespokojní s daným atribútom. Celkovo spojenie získalo hodnotenie priemernou známku 1,8. Známe na to 60 % spokojnosť.

Najviac označovaná známka pri hodnotení **technického stavu ciest** bola 3 – nespokojný. Priemerná známka bola 2,6. Označuje 45,7 % spokojnosť. Odlišnosť v triedení druhého stupňa nastala pri rozdelení obyvateľov podľa časti obce (viď Tab. 5.3) Respondenti z časti Nová Bystrica hodnotili technický stav ciest väčšinou trojkou. Ich priemerná nespokojnosť činí viac 56,7 %. Respondenti z časti Vychylovka hodnotili väčšinou dvojkou. Priemerná nespokojnosť bola viac ako 50 %.

Tab. 5.3 Percentuálna početnosť hodnotenia technického stavu ciest z hľadiska bydliska

	Nová Bystrica	Vychylovka
	Početnosť %	Početnosť %
N	6,8%	2,0%
veľmi spokojný	3,9%	6,1%
spokojný	25,2%	46,9%
nespokojný	40,8%	28,6%
veľmi nespokojný	23,3%	16,3%

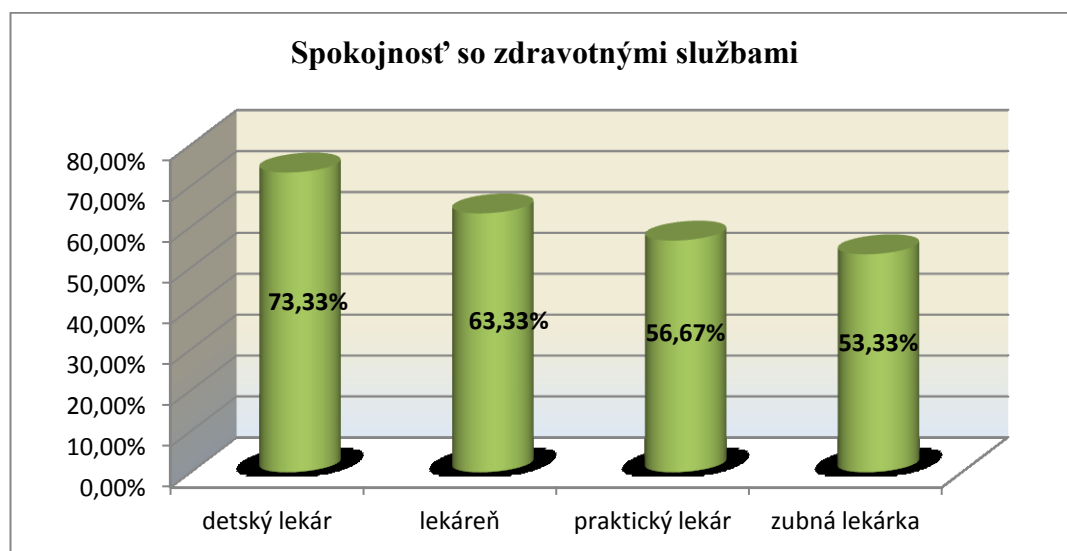
Čistota a technický stav zastávok zastávajú spoločné miesto v priemernom známkovaní, a to 2,8. Najpočetnejšia známka je 4 – veľmi nespokojný. Až 47,9 % žien ohodnotilo spokojnosť s čístitou zastávok na štvorku. Priemerná spokojnosť s týmito faktormi je 40 %. Najviac nespokojní s čístitou v okolí zastávok sú respondenti vo veku 31 – 45 rokov (68 % nespokojnosť). S týmito faktormi sú viac nespokojní v časti Nová Bystrica. Najviac ženy označovali opäť možnosť 4.

Spokojnosť so zdravotnými službami

Na začiatku boli respondenti rozdelení pomocou filtračnej otázky, kde odpovedali či navštevujú v obci nejakého lekára alebo lekárne. Celkom 138 respondentov (90,8 %) navštevuje v obci lekára alebo lekárne a zvyšných, len 9,2 % nenavštevuje.

Priemerná spokojnosť v percentuálnom vyjadrení so zdravotnými službami, ktoré majú obyvatelia k dispozícii sú uvedené na obrázku 5.10. Respondenti hodnotili lekárov prípadne lekárne, s ktorými majú skúsenosť. Spokojnosť s praktickým lekárom hodnotilo spolu 115 respondentov, so zubnou lekárkou 121 respondentov, s detským lekárom 112 a s lekárňou 135 respondentov.

Obr. 5.10 Percentuálna priemerná spokojnosť so zdravotným strediskom



Najlepšie hodnotenie získal **detský lekár**. Väčšina odpovedajúcich označila 1 – veľmi spokojný. Len dvaja respondenti (jeden muž a jedna žena) označili 4 – veľmi nespokojný. Priemerná spokojnosť s detským lekárom je 73,3 %.

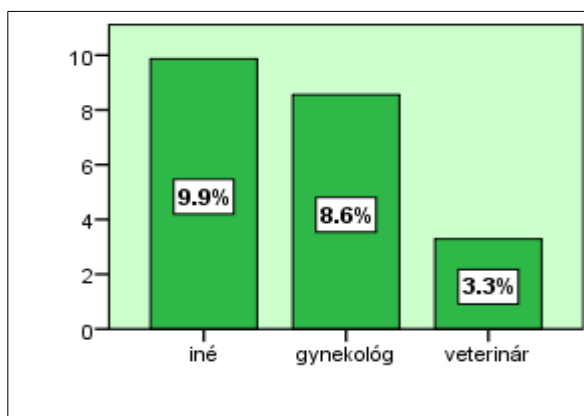
Väčšina ohodnotila **služby lekárne** na jednotku. Hodnotenie 4 – veľmi nespokojný neuviedol nikto z respondentov. Priemerná spokojnosť s lekárňou je 63,3 %.

S **praktickým lekárom** je priemerná spokojnosť 56,7 %. 26,1 % žien nevyjadrilo svoje hodnotenie. Muži mali horšie hodnotenie ako ženy. 40 % respondentov vo veku 18 – 30 rokov nenavštevuje praktického lekára, neuviedli svoje hodnotenie. Mladšie ročníky dávajú prednosť zrejme praktickým lekárom v okolitých dedinách alebo v meste.

31 respondentov nehodnotilo služby **zubnej lekárky** (20,4 %). Priemerná známka je 2,4. Priemerná spokojnosť je 53,3 %. Najviac spokojná je veková kategória nad 46 rokov (73,3 %). Jedine z tejto skupiny nikto nehodnotil služby na známku 4 – veľmi nespokojný. Mladšie ročníky od 18 – 30 rokov sú menej spokojné (36,3 %). Je možné, že svoju nespokojnosť vyjadrujú na základe ordinačných hodín, na ktoré upozornili niektorí respondenti v polo otvorenej otázke.

V rámci spokojnosti poskytovania zdravotníckych služieb v obci, bol záujem zistiť, či by respondenti v obci uvítali služby iného lekára a akého konkrétne. Z celkového počtu 152 respondentov, 126 (82,9 %) uviedlo, že im stačia doterajšie zdravotné služby a nemajú potrebu mať v obci ďalších lekárov. Zvyšných 26 ľudí uviedlo rôzne možnosti. Najpočetnejšími boli služby gynekológa a veterinára (viď Obr. 5.11). Služby **gynekológa** by si prialo spolu 13 respondentov (10 žien a traja muži by ho dopriali pravdepodobne manželke). O túto službu by mali záujem veková kategória do 30 rokov a nad 46 rokov. Služby **veterinára** by si prialo dokopy 5 ľudí, všetko ženy.

Obr. 5.11 Percentuálne vyjadrenie návrhov zdravotných služieb v obci



Ďalších 15 ľudí by si prialo aj iné služby zdravotného charakteru (viď. Tab. 5.5).

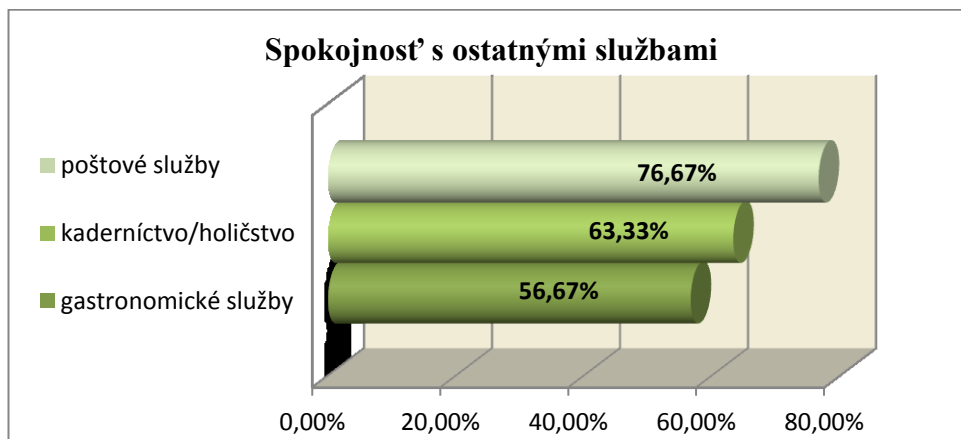
Tab. 5.4 Zoznam ostatných služieb zdravotného charakteru

Iné	pohotovosť	RTG u zubára	zubár	očný	kardio	fyzio-terapeut	psychiater	alergiológ	detský psychológ
Absolútna početnosť	4	2	2	1	1	1	1	1	1

Spokojnosť s ostatnými službami

Respondenti mohli ohodnotiť ponúkané poštové služby, kaderníctvo/holičstvo a gastronomické služby (pizzeria, reštaurácia, cukráreň atď.). Na obrázku 5.12 sú znázornené známky priemernej spokojnosti prepočítané v percentuálnych hodnotách.

Obr. 5.12 Percentuálna priemerná spokojnosť s ostatnými službami



Len dvaja ľudia nehodnotili **poštové služby**. 100 % spokojní sú respondenti s ukončeným základným vzdelaním. Znamku 4 – veľmi nespokojný zadalo 8 respondentov. Priemerná spokojnosť je 76,7 %.

Priemernú známku 2,1 získalo **kaderníctvo/holičstvo**. Udáva tak 63,3 % priemernú spokojnosť. Ženy sú vo svojich hodnoteniach tvrdšie ako muži (viď Tab. 5.6). 12 žien ohodnotilo ponúkané služby známkou 4 – veľmi nespokojný. Viac ako polovica žien je ale spokojná. Najviac nespokojní sú respondenti vo veku 31 – 45 rokov. Priemerná spokojnosť v tejto vekovej kategórii je 55 %. 15 respondentov podľa výskumu nenavštevuje miestne kaderníctvo.

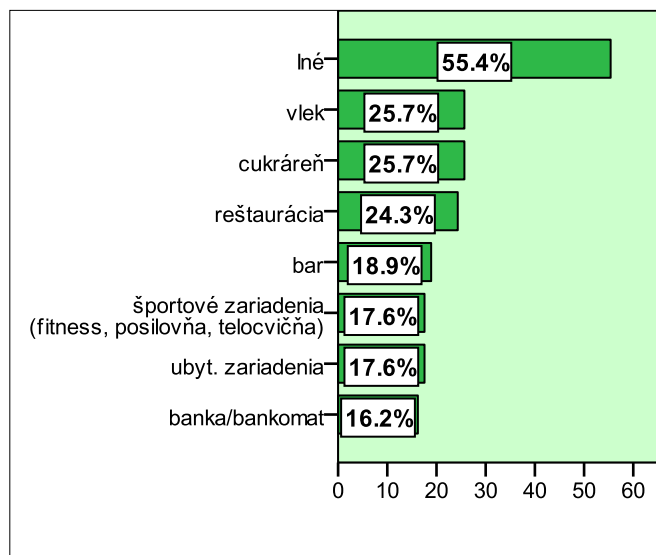
Tab. 5.5 Priemerná spokojnosť s ostatnými službami podľa pohlavia

pohlavie	poštové služby	kaderníctvo/holičstvo	gastronómia
muž	1,71	2,02	2,30
žena	1,73	2,19	2,38

S ponúkanými **gastronomickými službami** je nameraná priemerná spokojnosť 56,7 %. Nie je tu podstatný rozdiel medzi mužmi a ženami. Najviac nespokojná je veková kategória 31 – 45 rokov a respondenti s ukončeným vysokoškolským vzdelaním. Tu je zaznamenaná najhoršia priemerná nameraná hodnota 2,48, teda 50,7 % spokojnosť.

Respondenti si mohli v otvorenej otázke navrhnúť služby, ktoré by im život v obci mohli spríjemniť. Najpočetnejšie návrhy sa zakódovali a uverejnili (viď Obr. 5.13). Zoznam navrhnutých podnikov/služieb v kolónke iné z nasledujúceho grafu je uvedený v prílohe 4 (Obr. 4.6).

Obr. 5.13 Percentuálne vyjadrenie návrhov podnikov/služieb



Sprevádzkovanie **vleku** a vybudovanie **cukrárne** by si prialo 19 respondentov (25,7 %). Cukráreň by si priali viac ženy (30,4 %) ako muži (17,9 %) a hlavne respondenti do 30 rokov (42,1 %) a vysokoškolským vzdelaním. Spomínaný vlek by si priali hlavne občania žijúci priamo v Novej Bystrici (30,4 %).

Slušnú **reštauráciu** by si prialo 18 respondentov, 14 by si prialo **bar**. Reštauráciu by si priali skôr ženy ako muži a bar naopak. Bar by si priali hlavne respondenti z časti Vychylovka. Pravdepodobne preto, že v tejto časti sa nenachádzajú žiadne podniky.

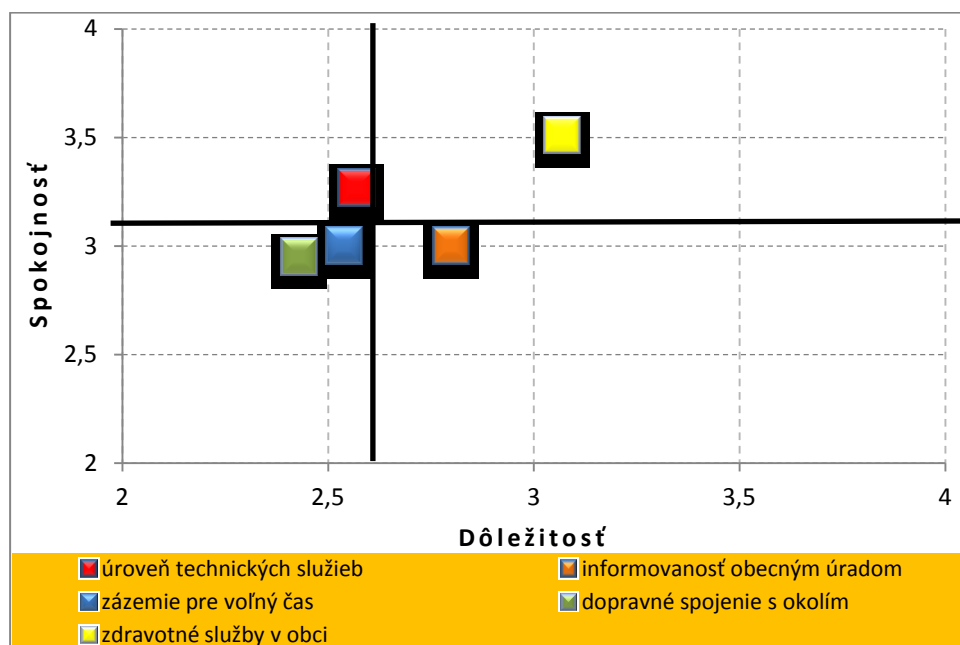
Športové zariadenia ako posilňovňu, telocvičňu alebo nejaký fitness klub by si prialo 14 respondentov. S týmto návrhom prišlo viac žien. Rovnaký počet respondentov by si prialo **ubytovacie zariadenia**. V tom vidia predpoklad zmáhajúceho sa cestovného ruchu. Do ubytovacích zariadení boli zahrnuté priváty, menšie hotely a ubytovne. Potreba ubytovacích zariadení prišla zo strany respondentov žijúcich v oblasti Nová Bystrica.

12 respondentov prišlo s návrhom zriadiť **banku** alebo aspoň **bankomat**. Boli to viac muži. Túto potrebu viac pociťujú ľudia nad 46 rokov (20,8 %) a hlavne občania časti Nová Bystrica (17,9 %).

5.1.5 Pozičná mapa

V dotazníku respondenti hodnotili okrem spokojnosti s jednotlivými oblasťami služieb aj dôležitosť vybraných faktorov. Na základe hodnotenia spokojnosti so službami a významnosti služieb pre respondentov, bola zostavená pozičná mapa (viď Obr. 5.14). Pre relevantnosť získaných údajov bolo 14 dotazníkov vyčlenených. Boli to dotazníky, kde respondenti v otázke číslo 13 odpovedali, že žiadneho lekára alebo lekáreň nenavštevujú, a tým nemôžu posúdiť celkovú spokojnosť s poskytovanými zdravotnými službami. Pozičná mapa bola zostavená z celkového počtu 138 dotazníkov.

Obr. 5.14 Pozičná mapa



Pozičná mapa ukázala v rozložení v polovičke škály v hodnote dva, že všetky hodnotené faktory sa nachádzajú v kvadrante s vysokou spokojnosťou a relatívne vysokou významnosťou.

V prípade posunu osy dôležitosti na hodnotu 2,6 a osy spokojnosti na 3,2, rozdelia sa hodnotené faktory do štyroch kvadrantoch. Najväčšia spokojnosť i dôležitosť sa ukázala na faktore zdravotné služby v obci. V druhom kvadrante sa nachádza faktor úroveň technických služieb. Znamená to, že je pre respondentov menej významným faktorom a sú s ním relatívne spokojní. Spoločná nízka významnosť sa zaznamenala u faktoroch zázemie pre voľný čas a dopravné spojenie s okolím. O niečo viac je pre nich dôležitejšie zázemie pre voľný čas ako dopravné spojenie s okolím. Informovať obecným úradom sa nachádza v kvadrante s vysokou významnosťou a nízkou spokojnosťou.

5.2 Vyhodnotenie hypotéz

Hypotéza č. 1

Ľudia zaoberajúci sa aktívne o dianie v obci, čerpajú informácie najviac z obecného časopisu Novobystrický hlásnik.

Táto hypotéza sa **prijíma**. Celkovo sa stal Novobystrický hlásnik najdôležitejším zdrojom informácií (viď Tab. 5.6). Práve z neho respondenti čerpajú najviac informácií o dianí v obci.

Tab. 5.6 Početnosť ľudí, ktorí sa aktívne zaoberajú o chod obce + zdroje

	početnosť	% početnosť
Novobystrický hlásnik	44	72,1%
webová stránka obce	43	70,5%
priatelia, známi	35	57,4%
obecný rozhlas	29	47,5%
sociálna sieť facebook	16	26,2%
zasadanie obecného zastupiteľstva	12	19,7%
úradná doska (výveska)	7	11,5%

Hypotéza č. 2

Najsilnejším motívom, ktorý by ľudí prinútil bývať v obci, je faktor pracovné príležitosti.

Z výskumu vyplýva, že táto hypotéza sa **neprijíma**. Celkovo sa stáva najdôležitejším faktorom rodinné zázemie. Faktor pracovné príležitosti je na druhom mieste (viď príloha 4, Obr. 4.12).

Hypotéza č. 3

S rastúcim vekom, klesá nespokojnosť s dopravným spojením s okolím.

Táto hypotéza sa opäť **neprijíma**. Podľa triedenia druhého stupňa sa zistilo, že vek nehrá rolu pri hodnotení dopravného spojenia s okolím obce. S rastúcim vekom klesá iba intenzita hodnotenia 4 – veľmi nespokojný, ale nie proporcionálne (viď príloha 5, Tab. 5.2).

6 Návrhy a odporúčania

Táto kapitola sa bude venovať konkrétnym návrhom a odporúčaniam pre zlepšenie spokojnosti obyvateľov so službami a zázemím v obci. Odporúčania budú vychádzať hlavne z analýzy získaných dát spracovaných v predchádzajúcej kapitole. Využívať sa budú tiež teoretické i praktické poznatky a skúsenosti so životom v obci.

Z celkového počtu respondentov je teda 73,7 % spokojných so životom v obci. Z toho 27,6 % veľmi spokojných. Samozrejme, nedá sa zavďačiť všetkým a 26,3 % respondentov uviedlo, nespokojnosť. Priemerná spokojnosť je na úrovni 65,67 %.

Kvôli väčšej prehľadnosti sú návrhy a odporúčania rozdelené na jednotlivé časti podľa oblastí hodnotiacich celkov.

Trávenie voľného času

Priemerná spokojnosť s možnosťami trávenia voľného času v obci je 52 %. Respondenti sú teda priemerne spokojní. Skúmaný faktor kultúrne a športové akcie v otázke o faktoroch, na ktoré obyvatelia kladú dôraz pri živote v obci, je najviac dôležitý pre vekovú kategóriu 18 – 30 rokov. Samozrejme sa nemôže zabúdať aj na staršie vekové kategórie.

Obec ponúka svojim občanom široké zázemie pre trávenie voľného času. Čo sa týka konkrétne športového zázemia, v posledných rokoch sa vybudovalo multifunkčné ihrisko a skatepark. Obec disponuje športovými ihriskami (ako v Novej Bystrici, tak i v časti Vychylovka). Na športové účely môže verejnosť využívať i telocvičňu pri ZŠ s MŠ Vychylovka. K zvýšeniu spokojnosti obyvateľov so športovým zázemím by prispelo **vybudovanie telocvične pri ZŠ v Novej Bystrici**. Spomedzi vítaných akcií v obci, táto možnosť získala celkovo prvé miesto. Treba si uvedomiť, že nie je možné realizovať všetky nákladné projekty naraz (časovo i finančne). Momentálne sa v obci realizuje výstavba námestia, dokončuje sa cyklotrasa, čerpajú sa dotácie na revitalizáciu poškodených častí obce z povodní. Pre budúcnosť navrhujem túto možnosť výstavby. Krytá telocvičňa by mala v tejto časti obce určite úspech. Využívali by ju jednak deti zo školy, ktoré momentálne musia vykonávať športové aktivity v útrobach školy na chodbách, a jednak vo večerných hodinách alebo cez víkendy, by ju mohla využívať široká verejnosť. S výstavbou telocvične navrhujem tiež vyčleniť priestor k zriadeniu **posilňovne** alebo **fitness centra**. Trend dobre vypadáť, či cítiť sa zdravo a možnosť zmyselnejšie využiť voľný čas, zaznamenávame aj tu. Viacerí respondenti navrhli v otvorenej otázke zriadenie práve týchto priestorov.

V zimných mesiacoch navrhujem **sprevádzkovanie lyžiarskeho vleku**. Zriadenie tejto možnosti obec už zvažovala. Ale nie je to jednoduché, akoby sa možno na prvý pohľad zdalo. S touto myšlienkou sa viaže veľa doplnkových, finančne náročných aktivít (nebudú sa tu rozoberať). Táto možnosť má ale v budúcnosti dvere otvorené.

Čo sa týka zázemia pre trávenie voľného času, navrhovaná bola plaváreň, kúpalisko. Tieto návrhy sa pravdepodobne nestretnú s kladným ohlasom. Jednak kvôli prírodným podmienkam, ale samozrejme aj finančným. **Návrh detského ihriska** pre trávenie voľného času s deťmi je určite pozitívnym prínosom, pretože takéto vyhradené miesto v obci zatiaľ chýba. Odporúčam zamerať sa na tento cieľ. Spomínané detské ihrisko bude zakomponované v realizovanom projekte výstavby námestia.

Ako bolo spomenuté v druhej kapitole, obec ponúka veľa akcií či už športového alebo kultúrneho využitia. Navrhujem **pokračovať v úspešných akciách**. Samotní respondenti uvádzali, že uskutočňovaných akcií je dosť, ale chýba lepšia propagácia a inovácia, nápady a hlavne **zapájanie obyvateľov**. V prvom rade si musí uvedomiť samotný občan, ako jedna zložka spoluvytvárajúca obec, že tieto uskutočňované aktivity sú tu pre neho. Preto navrhujem, aby obyvatelia svoje **návrhy a inovatívne riešenia predkladali** kultúrnemu referentovi alebo zdieľali vo vytvorenej skupine na sociálne sieti facebook. Určite sa pre ich kreativitu a nápady nájdu dvere otvorené. Odporúčam **zapájať priestory skanzenu** na kultúrne či športové akcie.

Zdravotná obsluha

Respondenti, ktorí navštevujú v obci nejakého lekára, sú s poskytovanými službami spokojní. Najviac sú spokojní so službami detského lekára a lekárnou, ktorá v obci dlho chýbala a občania si museli chodiť pre lieky do susednej obce alebo do mesta. Až 40 % respondentov do 30 rokov, nenavštevuje praktického lekára v obci. Je zrejmé, že využívajú služby lekárov z blízkeho okolia alebo mesta. Z výskumu plynie záver, že najmenej spokojní sú respondenti so zubnou lekárkou. Ide hlavne o mladšie ročníky. Je možné, že ich nespokojnosť súvisí s ordináčnymi hodinami, ktoré sú len v doobedných hodinách. Okrem zdravotných služieb, ktoré sú v obci k dispozícii, respondenti prišli s návrhom poskytovania služieb aj iných lekárov, a to hlavne služieb **gynekológa a veterinára**. Keďže respondenti sú zvyknutí dochádzať za svojim lekárom do blízkeho okolia, nie je zatiaľ prioritou zaoberať sa otázkou zriadenia ordinácie špecializovaného lekára. Z pozičnej mapy vyplýva, že faktor zdravotné služby je pre respondentov veľmi dôležitým faktorom a zároveň sú s týmto

faktorom najviac spokojní. Keďže obec má s faktorom poskytovaných zdravotných služieb obmedzené kompetencie, navrhujem **sústrediť sa na iné zložky poskytovaných služieb v obci.**

Informovanosť v obci a práca obecného úradu

Z uskutočnenej analýzy vyplynulo, že takmer všetci respondenti cítia potrebu byť informovaní o dianí v obci. 40,8 % respondentov uviedlo, že si z vlastného záujmu aktívne vyhľadávajú informácie o chode obce. Najviac využívaným zdrojom informácií sa stalo mesačné periodikum Novobystrický hlásnik, hlavne u starších respondentov. Navyše hypotéza č. 1 potvrdila jeho silné postavenie. Potvrdila, že ľudia zaoberajúci sa aktívne o dianie v obci, čerpajú informácie najmä z neho. U respondentov do 30 rokov má vedúce postavenie sociálna sieť facebook, ktorá ponúka občanom interaktívnu formu komunikácie. Oblúbená je tiež webová stránka obce. Odporúčam preto **pravidelnú aktualizáciu internetových komunikačných prostriedkov.**

Pozičná mapa ukázala na fakt, že informovanosť obecným úradom vnímajú respondenti ako významný faktor a nie sú s ním veľmi spokojní. Na základe toho navrhujem **klásť väčší dôraz na požadovanú informovanosť občanov.** Pritom je dôležité „**ustriechnuť zahltenie informáciami**“ občanov, teda vyberať skutočne dôležité a zaujímavé informácie pre obyvateľov. Z analýzy otázky o množstve poskytovaných informácií je známe, že respondenti sú s množstvom informácií celkovo spokojní, ale môže to byť stále lepšie. Najmenej spokojní sú respondenti vo veku 31 – 45 rokov. Tí práve využívajú najviac okrem hlásnika, webovú stránku obce. Okrem pravidelnej aktualizácie stránky, bližšie **navrhujem pokračovať v uverejňovaní fotiek z akcií a tiež pozvaní na rozličné usporiadania,** čo robí stránky ešte zaujímavejšie. Samozrejme, je pritom dôležité **informovať o výsledkoch z obecného zastupiteľstva.** Čo sa týka návrhov pre sociálnu sieť facebook, **odporúčam pokračovať vo vytváraní pozvánok na akcie** organizovaných obecným úradom a takisto v uverejňovaní fotiek z akcií. Z hľadiska uprednostňovania zdrojov nejde jednoznačne určiť, na ktorý zdroj by sa mala obec zamerať najviac. Preto navrhujem, aby **rozsah informácií umiestňovaný do jednotlivých informačných médií bol na podobnej úrovni,** ale pri tom je potrebné brať do úvahy návštevnosť jednotlivých vekových segmentoch, a to, ktoré informácie budú jednotlivé skupiny občanov zaujímať.

Technické služby

Z analytickej časti plynie skutočnosť, na základe ktorej navrhujem **udržiavať** na súčasnej úrovni služby ako **údržbu cintorína, odvoz komunálneho a triedeného odpadu**. Najmenšia spokojnosť sa ukázala pri faktoroch ako upratovanie v obci, údržba ciest, chodníkov a starostlivosť o zeleň a verejné osvetlenie. Hodnoty ako ochrana životného prostredia a starostlivosť o čistotu okolia by sa mali štepovať už od útleho detstva. Navrhujem **pokračovať** v školských **aktivitách** ako **zber papiera, plastov**. V jarných mesiacoch, kedy najviac vidieť neporiadok v obci po zídení snehu, odporúčam pokračovať **v akcii Deň zeme a upratať okolie domov, riek**. Ako bolo spomenuté v druhej kapitole o charakteristike obce, obec zamestnáva na účely upratovania a údržbu ciest radových občanov obce. V tomto smere navrhujem opatrenia ako **občasné kontroly** vykonanej práce a **previerky verejného osvetlenia**, hlavne v časti Vychylovka, kde respondenti vyjadrili väčšiu nespokojnosť. S dostupnosťou vody sú viac nespokojní občania z časti Vychylovka, pretože tu občas chýba občanom voda, hlavne v letných mesiacoch. Od tejto skutočnosti sa odvíja aj ich prioritná vítaná aktivita v obci číslo dva, a to vybudovanie obecného vodovodu. Preto navrhujem do budúcnosti **prešetriť možnosti získania vody** pre túto oblasť. V tejto časti obce bola horšie hodnotená tiež dostupnosť plynu. Je to spôsobené skutočnosťou, že táto vzdialenejšia časť obce nie je plynofikovaná. Otázkou zváženia je, či urobiť prieskum o dopyte plynu v tejto oblasti, keďže celkovo bola spokojnosť s plynom na dobrej úrovni. Spomedzi ponúknutých vítaných aktivít v obci, získalo celkovo prvé miesto, vybudovanie kanalizácie. Od januára 2012 sa obec stala členom vodárenského združenia stredné Kysuce, ktoré chystá spoločný projekt odkanalizovania stredných Kysúc. Odporúčam **viac informovať** o tejto skutočnosti a **priblížiť plánované akcie a priebeh** občanom.

Dopravná obslužnosť

V okruhu hodnotiacich atribútov pri doprave, sú respondenti najviac nespokojní s čistotou v okolí zastávok, s technickým stavom zastávok a s technickým stavom ciest v obci. Tieto faktory získali o niečo horšie hodnotenie zo strany občanov Nová Bystrica. Ako bolo spomenuté vyššie, obec má vyčlenených zamestnancov aj na tieto úpravy a **okrem kontroly práce**, odporúčam do týchto priestorov **zaviest' väčšie koše**, prípadne **častejšie vyprázdňovanie naplnených košov**. Napriek tomu, základom naďalej ostáva výchova mládeže a s tým spojené heslo, že odpadky patria do koša. Ďalej navrhujem vyčleniť finančné prostriedky pre **obnovu dezolátneho stavu zastávok**. Čo sa týka frekvencie autobusových

spojov do jednotlivých väčších miest, väčšina ľudí, nevedelo ohodnotiť svoju spokojnosť či nespokojnosť. Pre ľudí je pohodlnejšie využívať do práce vlastné auto a nemusia sa orientovať a prispôbovať sa spojom. Návrhom by mohla byť **kyvadlová doprava**. Na tento účel navrhujem uskutočniť špeciálny výskum, či by tento návrh našiel uplatnenie a využitie.

Ostatné služby a podniky

Respondenti hodnotili v tomto prípade služby pošty, kaderníctva a gastronomické služby. V tomto smere mohli navrhnúť, aké služby by im život v obci viac spríjemnili. Čo sa týka služieb kaderníctva, ženy mali tvrdšie hodnotenie oproti mužom. Práve ony majú potrebu navštevovať zariadenie častejšie a nie vždy im možno vyhovuje pracovná doba. Preto navrhujem **zriadiť konkurenčný kozmetický salón** s doplnkovými službami, ako napr. **možnosť masérskych procedúr**. Ďalej odporúčam **zriadiť bankomat**. Ten by mohol byť vybudovaný v priestranstvách Domu služieb. Z gastronomických prevádzkarní navrhujem zriadiť **priestor pre cukráreň, reštauráciu, kaviareň či čajovňu**. Mladšie ročníky by si priali **sprevádzkovanie baru**. Z navrhovaných komerčných služieb, boli najpočetnejšie **tesco, stavebniny, opravovňa topánok**. Navrhujem zvážiť možnosť zriadenia týchto podnikov. So zvyšovaním počtu služieb či podnikov v obci, dostanú občania možnosť pracovnej príležitosti. Z hľadiska dôležitosti hodnotiacich faktorov o bývaní v obci, patrí faktor pracovné príležitosti k popredným miestam, hneď po faktore rodinné zázemie.

7 Záver

Ako bolo spomenuté v úvode, za úspechom obce, jej rozvoji, stojí nielen starosta, obecné zastupiteľstvo a s tým súvisiace orgány. Úspech či neúspech obce závisí aj od postoja samotných občanov.

Vďaka tejto práci som sa dozvedela veľa informácií o chode obce, v ktorej žijem a o jej ďalších zámeroch do budúcnosti. Informácie boli čerpané priamo z obecného úradu, teda z priameho kontaktu s pracovníkmi, z knižných publikácií, ale i hľadaním informácií na internete.

Cieľom bakalárskej práce bolo zistiť postoje obyvateľov Novej Bystrice k svojej obci prostredníctvom merania ich celkovej spokojnosti a čiastkových spokojností týkajúcich sa rôznych aspektov života ako voľný čas, informovanosť, spokojnosť s technickými službami, so službami obecného úradu, s dopravnou obslužnosťou atď. Tento cieľ bol zrealizovaný pomocou výskumu, a to konkrétne pomocou písomného a elektronického dotazníka.

Po vyhodnotení získaných dát z dotazníka, boli zisťované postoje a názory k jednotlivým oblastiam služieb poskytovaných v obci. V dotazníku boli často prejavované aj špecifické názory v otvorených otázkach. Snahou bolo zachytiť názory občanov a viesť ich k samotným návrhom, či už sa jednalo o kultúrne akcie alebo navrhované služby, podniky, ktoré im v obci chýbajú. Na základe vyhodnotenej analýzy, boli podané návrhy a odporúčania pre obec.

Celkovú spokojnosť so životom v obci hodnotia respondenti na dobrej úrovni. Najväčšia spokojnosť sa zaznamenala v poskytovaní zdravotných služieb a s niektorými poskytovanými technickými službami. Z výskumu ďalej vyplynulo, že respondenti sú nespokojní s informovanosťou a zároveň je to pre nich dôležitý faktor. Obyvatelia čerpajú informácie hlavne z obecného časopisu Novobystrický hlásnik. Preto by sa mala jeho úroveň naďalej udržiavať a podávať vyčerpateľné množstvo informácií.

Ďalšiu zložku nespokojnosti zahŕňa trávenie voľného času. V tomto úseku respondenti sami volili nové aktivity v obci, ktorých by sa radi zúčastnili. Záujem pre trávenie voľného času sa časom určite zlepší sprevádzkovaním cyklotrasy, dostavaním námestia a propagovaním turistického klubu.

Získané informácie z tohto prieskumu a odporúčania by mali poslúžiť k všeobecnej informovanosti obyvateľov a tiež k skvalitneniu životnej úrovne v obci.

Zoznam použitej literatúry

Knihy

- [1] FORET, Miroslav. *Marketingový průzkum. Poznáváme svoje zákazníky*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2008. 122 s. ISBN 978-80-251-2183-2.
- [2] FREY, Peter. *Marketingová komunikace: nové trendy 3.0*. 3. rozš. vyd. Praha: Management Press, 2011. 203 s. ISBN 978-80-7261-237-6.
- [3] HÁLEK, Vítězslav. *Marketing obcí*. 1. vyd. Hradec Králové: Univerzita Hradec Králové, 2008. 54 s. ISBN 978-80-7041-226-8.
- [4] HARASIMOVÁ, Soňa. *Marketing ve veřejné správě*. 1. vyd. Opava: Optys, 2009. 109 s. ISBN 978-80-85819-74-8.
- [5] KASHANI, Kamran. *Proč už neplatí tradiční marketing*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2007. 171 s. ISBN 978-80-251-1536-7.
- [6] KOZEL, Roman et al. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. 304 s. ISBN 978-80-247-3527-6.
- [7] NOVÝ, Ivan a Jörg PETZOLD. *(NE)spokojný zákazník – náš cíl?!: Jak získat zákazníka špičkovými službami*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006. 160 s. ISBN 80-247-1321-7.
- [8] OCHRANA, František. *Veřejné služby, jejich poskytování, zadávání a hodnocení*. 1. vyd. Praha: Ekopress, 2007. 176 s. ISBN 80-86119-96-3.
- [9] RUMPEL, Petr. *Inovace o rozvoji obcí, měst a regionů s důrazem na marketingové řízení*. 1. vyd. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2007. 127 s. ISBN 978-80-7368-2620.
- [10] SKOŘEPA, L.; JEŽEK, J. a R. JEŽKOVÁ. *Marketing měst a obcí*. 1. vyd. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií, 2008. 165 s. ISBN 978-80-86708-55-3.
- [11] STAŇKOVÁ, P.; VORLOVÁ, R. a I. VLČKOVÁ. *Marketing obchodu a služeb: studijní pomůcka pro distanční studium*. 2. vyd. Zlín: Univerzita Tomáše Bati, 2010. 156 s. ISBN 978-80-7318-927-3.
- [12] TOMEK, Gustav a Věra VÁVROVÁ. *Marketing od myšlenky k realizaci*. 3. přeprac. vyd. Praha: Professional Publishing, 2011. 344 s. ISBN 978-80-7431-042-3.

- [13] VÁVRA, Oldřich et al. *Praktické marketingové aplikace*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2007. 195 s. ISBN 978-80-245-1307-2.
- [14] VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb: efektivně a moderně*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008. 232 s. ISBN 978-80-247-2721-9.
- [15] VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing obcí*. 1. vyd. Karviná: Slezská univerzita v Opavě: Obchodně pod. fakulta v Karviné, 2011. 160 s. ISBN 978-80-7248-695-3.

Internetová monografia

- [16] GRIGOROUDIS, Evangelos a Yannis SISKOS. *Customer Satisfaction Evaluation: Methods for Measuring and Implementing Service Quality* [online]. New York Inc. (US): Springer, 2009. [cit.2012-01-29]. ISBN 978-1-4419-1639-6. Dostupné z: <http://bit.ly/ysQOga>.
- [17] FISK, P. R.; GROVE, J. S. a J. JOHN. *Interactive Services Marketing*: 3ed.[online]. Boston : Houghton Mifflin, 2008 [cit. 2012-01-29]. ISBN 978-0-618-64180-2. Dostupné z: <http://bit.ly/xni7WQ>.
- [18] HASPROVÁ, Mária et al. *Marketing miest a obcí* [online]. Bratislava: Ekonóm, 2010. [cit.2011-12-20]. ISBN 978-80-225-3038-5. Dostupné z: <http://www.uloz.to/8115806/marketing-miest-a-obci-2-rar>.
- [19] KOTLER, Philip et al. *Moderní marketing: 4. evropské vydání* [online]. Praha: Grada, 2007. [cit. 2012-01-31]. ISBN 978-80-247-1545-2. Dostupné z: <http://www.uloz.to/10847486/kotler-moderni-marketing-rozdeleno-podle-kapitol-rar>.
- [20] SCHIFFMAN, G. Leon a Leslie L. KANUK. *Nákupní chování* [online]. Brno: Computer Press, 2004. [cit. 2012-04-30]. ISBN 8025100944. Dostupné z: <http://uloz.to/xiYeoZC/nakupni-chovani-schifmann-kanuk-pdf>.

Elektronické dokumenty

- [21] BLOCKER, P.; BOUTIN, P. J. Jr. and D. J. FLINT. Customer value anticipation, customer satisfaction and loyalty: An empirical examination. *Industrial marketing management* [online]. 2011, Volume 40, Issue 2, p. 219-230. [cit. 2012-01-30]. ISSN 0019-8501. Dostupné z: <http://www.sciencedirect.com.libaccess.hud.ac.uk/science/article/pii/S0019850110001173>.

- [22] GOLINSKÁ, Markéta. *Měření spokojenosti obyvatel se službami a zázemím města* [online]. Ostrava, 2010. Diplomová práce. Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava, Fakulta ekonomická, Katedra marketingu a obchodu. Dostupné z: <http://dspace.vsb.cz/handle/10084/79670>.
- [23] HORVÁTHOVA, Miriam. Marketing a slovenská samospráva. In: *ProgressLetter* [online]. 2011, roč. 9, č. 8 [cit. 2012-02-25]. ISSN 1338-3191. Dostupné z: <http://www.eprogress.sk/post/marketing-a-slovenska-samosprava-631/>.
- [24] KAPOUNOVÁ, Simona. *Měření atributů kvality života ve městě* [online]. Ostrava, 2010. Diplomová práce. Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava, Fakulta ekonomická, Katedra marketingu a obchodu. Dostupné z: <http://dspace.vsb.cz/handle/10084/79889>.
- [25] KUNERTOVÁ, Petra a Mária ROSTÁŠOVÁ. Sociálne siete ako efektívna forma marketingovej komunikácie. In: PETRANOVÁ, D., K. ĎURKOVÁ a A. BOBOVICKÝ, eds. *Digitálny marketing: Nové trendy konkurencieschopnosti Slovenska, regiónov a firiem...* [online]. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Fakulta masmediálnej komunikácie, 2011, s. 61-73.[cit. 2012-02-11]. ISBN 978-80-8105-331-3. Dostupné z: <http://fmk.ucm.sk/assets/files/publikacie/NTM%202011%20%20Digitalny%20marketing.pdf>.
- [26] LAU, T., Hsuan-Chih WANG and Chun-Chi CHUANG. A Definition of Service as Base for Developing. In: *Service Sciences (IJCSS), 2011 International Joint Conference on Service Sciences*, 25. – 27. May 2011 [online], pp. 49 – 53. [cit. 2012-01-30]. ISBN 978-1-4577-0326-3. Dostupné z: library.hud.ac.uk/s/76Q9R.
- [27] Informační technologie jsou tahouny změn v managementu: Klíčové trendy v managementu. In: *Trend marketing* [online]. Praha: Economia, 2011, č. 11. ISSN 1212-9496. Dostupné z: <http://mam.ihned.cz/c1-54155820-klicove-trendy-v-managementu>.

Internetové odkazy

- [28] Cudzí slová [online]. [cit. 2011-10-10]. Dostupné z: <http://www.cudzieslova.sk/hladanie/extravil%C3%A1n>.
<http://www.cudzieslova.sk/hladanie/intravil%C3%A1n>.

- [29] Google maps [online]. [cit. 2011-10-10]. Dostupné z:
<http://maps.google.com/maps?hl=sk&tab=ll>
- [30] Kysuce a Oravu spája nová cesta [online]. 2008, november [cit. 2011-12-20].
Dostupné z: <http://www.sme.sk/c/4169258/kysuce-a-oravu-spaja-nova-cesta.html>
- [31] Miera inflácie [online]. 2011 [cit. 2011-10-10]. Dostupné z:
<http://www.euroekonom.sk/ekonomika/ekonomika-sr/ekonomika-slovenska-2011/>.
- [32] Nová Bystrica – Historické pečate a súčasné erby... [online]. 2008, júl [cit.2011-12-20]. Dostupné z: http://www.e-kysuce.sk/index.php?option=com_content&task=view&id=3943&Itemid=197.
- [33] Nová Bystrica [online]. [cit. 2011-12-20]. Dostupné z:
[http://www.novabystrica.sk/index.php/nasa-obec/pamiatky-zaujimavosti/vodne-dielo-](http://www.novabystrica.sk/index.php/nasa-obec/pamiatky-zaujimavosti/vodne-dielo)
<http://www.novabystrica.sk/index.php/aktualne-dianie/>.
- [34] ŠSTATISTICKÝ ÚSTAV SR [online]. 2011 [cit. 2011-10-10]. Dostupné z:
<http://portal.statistics.sk/showdoc.do?docid=96>.
- [35] Vlni zasiahlo Novú Bystricu päť povodní... [online]. 2011, december [cit. 2011-12-20]. Dostupné z: <http://kysuce.sme.sk/c/6163103/vlni-zasiahlo-novu-bystricu-pat-povodni-bojuju-proti-dalsim.html>
- [36] Vývoj miezd [online]. 2011 [cit. 2011-10-10]. Dostupné z:
<http://www.finance.sk/hospodarstvo/trh-prace/vyvoj-miezd/>.
- [37] Zákony a nariadenia [online]. [cit. 2011-12-19]. Dostupné z:
<http://www.zmos.sk/zakony-a-nariadenia.phtml?id3=26734>.

Ostatné

- [38] Interná dokumentácia Obecného úradu Nová Bystrica
- [39] JONEKOVÁ, Eva; JUDÁK, Viliam a Milan LALINSKÝ. *Nová Bystrica: Rozlohou najväčšia obec na Kysuciach*. 1.vyd. Čadca: Magma, 2010. 381 s. ISBN 978-80-89172-20-7.
- [40] JUDÁK, Viliam. *V dome našej matky: 100 rokov kostola v Riečnici*. 1.vyd. Čadca: Magma, 2005. 95 s. ISBN 80-968041-2-X.
- [41] Novobystrický hlásnik: Časopis obce Nová Bystrica, 2011, s.2, roč. XIX, č. 5.
Evidenčné číslo EV 4033/10.

Zoznam skratiek

a i.	a iné
a pod.	a podobne
a. s.	akciová spoločnosť
atď.	a tak ďalej
cca	približne
č.	číslo
DPH	daň z pridanej hodnoty
EÚ	Európska únia
ha	hektár
HDP	hrubý domáci produkt
Ing.	inžinier
Kč	česká koruna
km ²	kilometer štvorcový
m	meter
m ³	meter kubický
mil.	milión
mm	milimeter
MŠ	materská škola
napr.	napríklad
obr.	obrázok
obyv.	obyvateľ
OÚ	obecný úrad
PZ	poľovnícke združenie
r.	rok
resp.	respektíve

s. r. o.	spoločnosť s ručením obmedzeným
s., str.	strana
ŠÚ SR	Štatistický úrad Slovenskej republiky
stor.	storočie
sv.	svätý
tab.	tabuľka
tzv.	takzvané
VV	výberová vzorka
Zb.	zbierka
ZŠ	základná škola
z. z.	zbierka zákonov
€	eurá
%	percento
x	krát

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- byla jsem seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 11. 5. 2012

.....
Marianna Šadibolová

Zoznam obrázkov a tabuliek

Zoznam obrázkov

Obr. 2.1 Erb obce.....	12
Obr. 3.1 Vznik spokojnosti/nespokojnosti zákazníka.....	21
Obr. 4.1 Pribeh marketingového výskumu	31
Obr. 4.2 Štruktúra VV podľa pohlavia Obr. 4.3 Štruktúra VV podľa veku	35
Obr. 4.4 Štruktúra VV podľa vzdelania Obr. 4.5 Štruktúra VV podľa miesta pobytu	35
Obr. 5.1 Štruktúra respondentov podľa dĺžky bývania v obci.....	36
Obr. 5.2 Percentuálne vyhodnotenie motívov ovplyvňujúcich rozhodovanie o bývaní.....	37
Obr. 5.3 Percentuálne hodnotenie zdrojov informácií o dianí v obci	39
Obr. 5.4 Percentuálne vyjadrenie navrhovaných aktivít.....	40
Obr. 5.5 Percentuálne vyjadrenie požadovaných aktivít v obci	41
Obr. 5.6 Priemerná spokojnosť so službami obecného úradu v %	43
Obr. 5.7 Priemerné hodnotenie spokojnosti technických služieb v %.....	44
Obr. 5.8 Percentuálna priemerná spokojnosť s verejným osvetlením z hľadiska miesta bydliska.....	45
Obr. 5.9 Priemerná spokojnosť s dopravnou obslužnosťou	46
Obr. 5.10 Percentuálna priemerná spokojnosť so zdravotným strediskom	48
Obr. 5.11 Percentuálne vyjadrenie návrhov zdravotných služieb v obci.....	49
Obr. 5.12 Percentuálna priemerná spokojnosť s ostatnými službami.....	50
Obr. 5.13 Percentuálne vyjadrenie návrhov podnikov/služieb	51
Obr. 5.14 Pozičná mapa.....	52

Zoznam tabuliek

Tab. 2.1 Rozpočet obce	13
Tab. 2.2 Vývoj počtu obyvateľov	14
Tab. 4.1 Harmonogram činnosti	33
Tab. 5.1 Záujem o dianie v obci z pohľadu veku	38
Tab. 5.2 Vítané aktivity v obci z hľadiska miesta bydliska	42
Tab. 5.3 Percentuálna početnosť hodnotenia technického stavu ciest z hľadiska bydliska	47
Tab. 5.4 Zoznam ostatných služieb zdravotného charakteru	49
Tab. 5.5 Priemerná spokojnosť s ostatnými službami podľa pohlavia	50
Tab. 5.6 Početnosť ľudí, ktorí sa aktívne zaoberajú o chod obce + zdroje.....	53

Zoznam príloh

PRÍLOHA 1: Fotodokumentácia obce Nová Bystrica

PRÍLOHA 2: Charakteristika prostredia

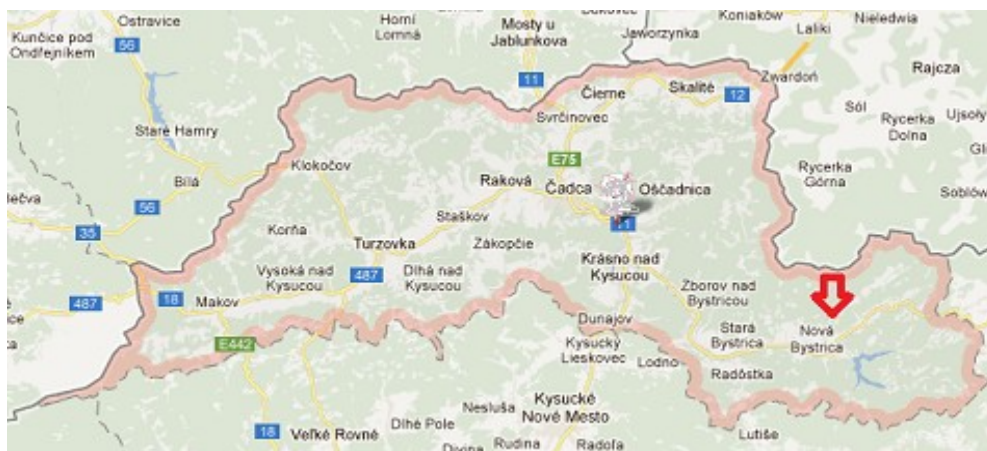
PRÍLOHA 3: Dotazník

PRÍLOHA 4: Sumár výsledkov triedenia prvého stupňa

PRÍLOHA 5: Sumár výsledkov triedenia druhého stupňa

PRÍLOHA 1: Fotodokumentácia obce Nová Bystrica

Obr. 1.1 Nová Bystrica na mape v rámci okresu Čadca



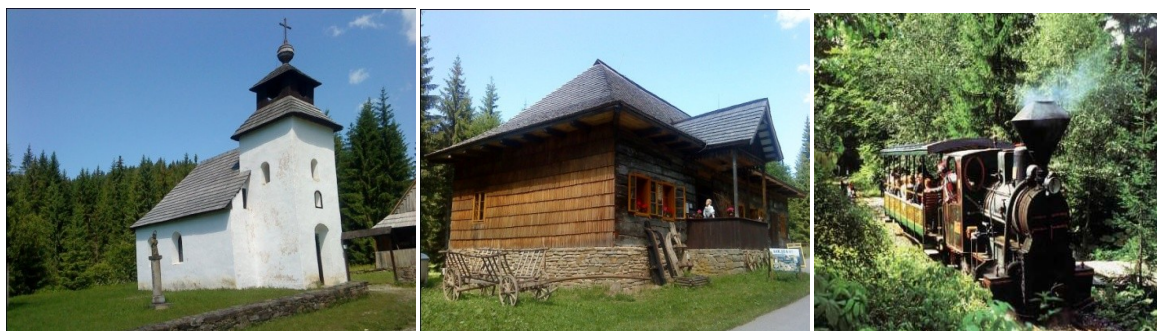
Zdroj: www.maps.google.sk

Obr. 1.2 Oválna pečat'



Zdroj: www.e-kysuce.sk

Obrázok 1.3 Múzeum kysuckej dediny



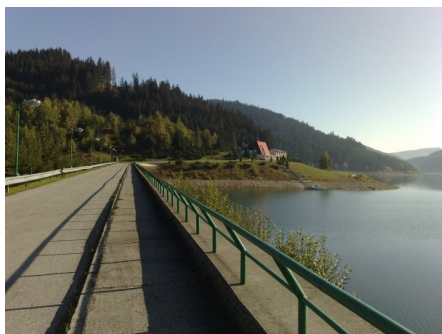
Zdroj: vlastný

Obr. 1.4 Kostol Jána Krstiteľa



Zdroj: www.novabystrica.sk

Obr. 1.5 Vodné dielo Nová Bystrica



Obr. 1.6 Výstava zeleniny



Obr. 1.7 Preteky automobilov do vrchu



Zdroj: vlastný

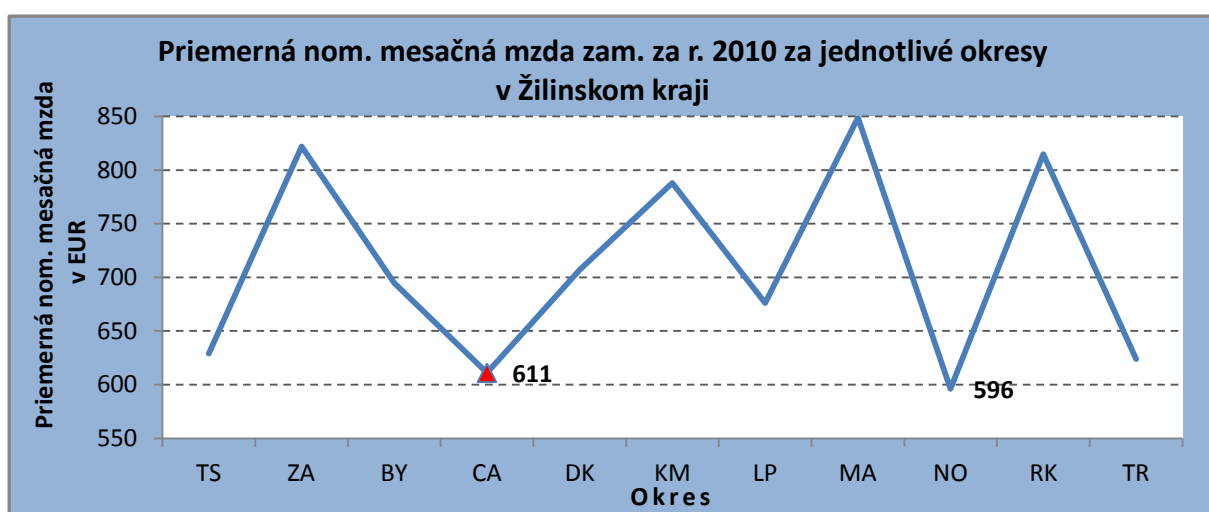
PRÍLOHA 2: Charakteristika prostredia

Tab. 2.1 Vývoj počtu obyvateľov v obci Nová Bystrica

Rok	1990	2000	2007	2008	2009	2010
Narodenie	43	28	34	24	25	34
Úmrtie	27	25	34	33	25	33
Príhlásenie	46	16	36	11	20	11
Odhlásenie	89	34	22	39	35	38

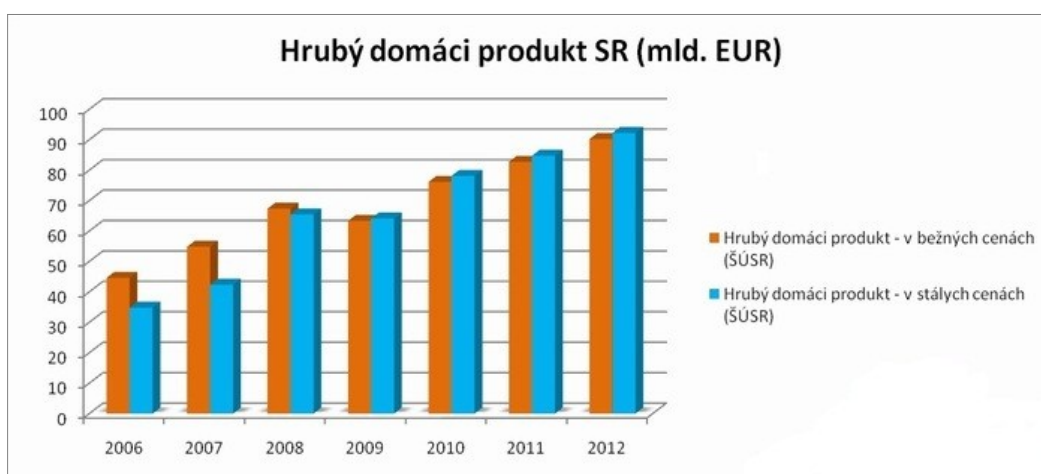
Zdroj: vlastné spracovanie, údaje dostupné z internej dokumentácie Obecného úradu Nová Bystrica

Obr. 2.1 Priemerná nominálna mzda zamestnanca za rok 2010 v € za jednotlivé okresy Žilinského kraja



Zdroj: Vlastné spracovanie, údaje dostupné na <http://portal.statistics.sk/showdoc.do?docid=96>

Obr. 2.2 Vývoj HDP



Zdroj: www.euroekonom.sk

Obr. 2.3 Vývoj inflácie



Zdroj: www.euroekonom.sk

PRÍLOHA 3: Dotazník

Dotazník

Dobrý deň, vážení spoluobčania,
volám sa Marianna Šadibolová a som študentkou Ekonomickej fakulty VŠB-TU Ostrava, obor Marketing a obchod. Chcela by som Vás poprosiť o vyplnenie tohto dotazníka, ktorý sa týka Vašej spokojnosti so službami a zázemím v obci. Dotazník je anonymný a Vaše odpovede mi budú slúžiť ako zdroj informácií pre moju bakalársku prácu na tému: „Meranie spokojnosti obyvateľov so službami a zázemím obce.“

Pokiaľ nie je uvedené inak, označte prosím vždy len jednu z ponúkaných odpovedí. Pri otázkach hodnotiacich Vašu spokojnosť, zaškrtnite hodnoty, ktoré vyjadrujú:
1-veľmi spokojný, 2-spokojný, 3- nespokojný, 4-veľmi nespokojný, N- neviem, nemôžem posúdiť.

Vopred Vám ďakujem za Váš čas, spoluprácu a ochotu.

1. Ste občanom obce Nová Bystrica?

☐ áno ☐ nie (ďakujem za spoluprácu, ďalej nevypĺňajte)

2. Ako dlho tu žijete?

☐ menej než 5 rokov ☐ 5 – 10 rokov ☐ viac než 10 rokov

3. Ako ste celkovo spokojný/á so životom v obci?

☐ spokojný/á ☐ skôr spokojný/á ☐ skôr nespokojný/á ☐ nespokojný/á

4. Zaujímate sa o dianie v obci?

- 4.1 ☐ áno, zaujímam sa aktívne a vyhľadávam aktuálne informácie o chode obce
4.2 ☐ áno, informácie o chode obce prijímam len náhodne z okolia
4.3 ☐ nie, nezaujímam sa o dianie v obci (prejdite na otázku č. 6)

5. Odkiaľ získavate aktuálne informácie o dianí v obci? (možné vyznačenie viacerých odpovedí)

- 5.1 ☐ webová stránka obce
5.2 ☐ sociálna sieť facebook
5.3 ☐ obecný rozhlas
5.4 ☐ Novobystrický hlásnik
5.5 ☐ úradná doska (výveska)
5.6 ☐ zasadanie obecného zastupiteľstva
5.7 ☐ priatelia, známi
5.8 ☐ iné, uveďte.....

6. Ste spokojný/á s možnosťami trávenia voľného času v obci?

☐ veľmi spokojný/á ☐ spokojný/á ☐ nespokojný/á ☐ veľmi nespokojný/á

7. Tu môžete navrhnúť kultúrne/športové akcie, ktoré by ste v obci uvítali

.....
.....
.....

8. Spokojnosť so službami obecného úradu

- | | | |
|-----|-----------------------------------|-----------|
| 8.1 | doba úradných hodín | 1 2 3 4 N |
| 8.2 | ochota zamestnancov | 1 2 3 4 N |
| 8.3 | množstvo poskytovaných informácií | 1 2 3 4 N |

9. Spokojnosť s úrovňou technických služieb

- | | | |
|------|--------------------------|-----------|
| 9.1 | odvoz komunálneho odpadu | 1 2 3 4 N |
| 9.2 | odvoz triedeného odpadu | 1 2 3 4 N |
| 9.3 | upratovanie v obci | 1 2 3 4 N |
| 9.4 | starostlivosť o zeleň | 1 2 3 4 N |
| 9.5 | údržba ciest, chodníkov | 1 2 3 4 N |
| 9.6 | údržba cintorína | 1 2 3 4 N |
| 9.7 | verejné osvetlenie | 1 2 3 4 N |
| 9.8 | dostupnosť vody | 1 2 3 4 N |
| 9.9 | dostupnosť elektriny | 1 2 3 4 N |
| 9.10 | dostupnosť plynu | 1 2 3 4 N |
| 9.11 | dostupnosť kanalizácie | 1 2 3 4 N |
| 9.12 | možnosť bývania | 1 2 3 4 N |

10. Spokojnosť s ostatnými službami

- | | | |
|------|--|-----------|
| 10.1 | poštové služby | 1 2 3 4 N |
| 10.2 | kaderníctvo/holičstvo | 1 2 3 4 N |
| 10.3 | gastronomické služby (reštaurácia, cukráreň, pizzeria,...) | 1 2 3 4 N |

11. Aké iné služby/podniky by ste v obci uvítali?

.....

.....

.....

12. Spokojnosť s dopravnou obslužnosťou obce a dopravou v obci

- | | | |
|------|--|-----------|
| 12.1 | frekvencia autobusových spojov (Žilina) | 1 2 3 4 N |
| 12.2 | frekvencia autobusových spojov (Čadca) | 1 2 3 4 N |
| 12.3 | frekvencia autobusových spojov (Námestovo) | 1 2 3 4 N |
| 12.4 | čistota v okolí zastávok | 1 2 3 4 N |
| 12.5 | technický stav zastávok | 1 2 3 4 N |
| 12.6 | technický stav ciest v obci | 1 2 3 4 N |

13. Navštevujete v obci niektorého lekára prípadne lekáreň?

- ☐ áno ☐ nie (prejdite na otázku číslo 15)

14. Spokojnosť so zdravotnými službami

- | | | |
|------|-----------------|-----------|
| 14.1 | praktický lekár | 1 2 3 4 N |
| 14.2 | zubná lekárka | 1 2 3 4 N |
| 14.3 | detský lekár | 1 2 3 4 N |
| 14.4 | lekáreň | 1 2 3 4 N |

15. Chýbajú Vám v obci služby iného lekára?

- ☐ áno (akého)
- ☐ nie

16. Ktoré aktivity v obci by ste pokladali za prvoradé? (vyznačte max. 3 oblasti)

- 16.1 ☐ cyklotrasa
16.2 ☐ námestie
16.3 ☐ telocvičňa pri ZŠ Nová Bystrica
16.4 ☐ zvýšenie parkovacích miest
16.5 ☐ obecný vodovod
16.6 ☐ kanalizácia
16.7 ☐ sprevádzkovanie lyžiarskeho vleku
16.8 ☐ iné, uveďte.....

17. Ako sú pre Vás dôležité nasledujúce faktory? (bod 1 – najmenej dôležité, 4 – najviac)

- | | |
|--|---------|
| 17.1 úroveň technických služieb | 1 2 3 4 |
| 17.2 poskytované informácie obecným úradom | 1 2 3 4 |
| 17.3 možnosti trávenia voľného času | 1 2 3 4 |
| 17.4 dopravné spojenie s okolím | 1 2 3 4 |
| 17.5 zdravotné služby v obci | 1 2 3 4 |

18. Vyjadrite spokojnosť s nasledujúcimi faktormi (bod 1 – najmenej spokojný, 4 – najviac)

- | | |
|--|---------|
| 18.1 úroveň technických služieb | 1 2 3 4 |
| 18.2 poskytované informácie obecným úradom | 1 2 3 4 |
| 18.3 možnosti trávenia voľného času | 1 2 3 4 |
| 18.4 dopravné spojenia s okolím | 1 2 3 4 |
| 18.5 zdravotné služby v obci | 1 2 3 4 |

19. Do budúca zvažujete aj iné alternatívy bývania ako v obci Nová Bystrica?

- ☐ áno ☐ nie

20. Ohodnoťte dôležitosť jednotlivých faktorov, kt. by Vás prinútili bývať v obci

(1 – najviac dôležité až 4 – najmenej dôležité)

- | | |
|--------------------------------------|---------|
| 20.1 pracovné príležitosti | 1 2 3 4 |
| 20.2 prijateľné ceny nájomných bytov | 1 2 3 4 |
| 20.3 stavebné možnosti | 1 2 3 4 |
| 20.4 rodinné zázemie | 1 2 3 4 |
| 20.5 dopravné spojenie s okolím | 1 2 3 4 |
| 20.6 kultúrne a športové akcie | 1 2 3 4 |

21. Pohlavie ☐ muž ☐ žena

22. Vek ☐ 18 – 30 ☐ 31 – 45 ☐ 46 – 61 ☐ nad 62

23. Najvyššie dosiahnuté vzdelanie

- ☐ základné ☐ stredoškolské (bez maturity) ☐ stredoškolské (s maturitou)
☐ vysokoškolské – bakalárske ☐ vyššie vysokoškolské

24. V ktorej časti obce bývate ☐ Nová Bystrica ☐ Vychylovka

Chcete k danej problematike ešte niečo uviesť?

.....
.....

Ďakujem Vám za spoluprácu a čas pri vyplňovaní dotazníka ☺

PRÍLOHA 4: Sumár výsledkov triedenia prvého stupňa

Tab. 4.1 Štruktúra výberového vzorku

Identifikačná otázka		počet	% počet
21. Pohlavie	muž	56	36,8%
	žena	96	63,2%
22. Vek	18 - 30	55	36,2%
	31 - 45	52	34,2%
	nad 46	45	29,6%
23. Dosiahnuté vzdelanie	základné	12	7,9%
	stredoškolské (bez maturity)	36	23,7%
	stredoškolské (s maturitou)	67	44,1%
	vysokoškolské - bakalárske	12	7,9%
	vyššie vysokoškolské	25	16,4%
24. V ktorej časti obce bývate	Nová Bystrica	103	67,8%
	Vychylovka	49	32,2%

Tab. 4.2 Sumár výsledkov

Otázka		počet	% počet
1. Ste občanom obce Nová Bystrica?	nie	0	0,0%
	áno	152	100,0%
2. Ako dlho tu žijete?	menej než 5 rokov	1	0,7%
	5 - 10 rokov	14	9,2%
	viac než 10 rokov	137	90,1%
4. Zaujímate sa o dianie v obci?	áno, zaujímam sa aktívne a vyhľadávam aktuálne informácie	62	40,8%
	áno, informácie prijímam len náhodne	85	55,9%
	nie, nezaujímam sa o dianie v obci	5	3,3%
5. Získavané aktuálne informácie	webová stránka obce	72	48,3%
	sociálna sieť facebook	60	40,3%
	obecný rozhlas	68	45,6%
	Novobystrický hlásnik	103	69,1%
	úradná doska (výveska)	10	6,7%
	zasadanie obecného zastupiteľstva	13	8,7%
	priatelia, známi	99	66,4%
13. Navštevujete v obci niektorého lekára prípadne lekáreň?	áno	138	90,8%
	nie	14	9,2%
16. Pokladané prvoradé aktivity	cyklotrasa	70	46,1%
	námestie	52	34,2%
	telocvičňa pri ZŠ Nová Bystrica	76	50,0%
	zvýšenie parkovacích miest	17	11,2%
	obecný vodovod	59	38,8%
	kanalizácia	81	53,3%
	sprevádzkovanie lyžiarskeho vleku	57	37,5%
19. Do budúcnosti zvažujete aj iné alternatívy bývania ako v obci Nová Bystrica?	áno	78	51,3%
	nie	74	48,7%

Tab. 4.3 Celková spokojnosť so životom v obci

3. Ako ste celkovo spokojný/á so životom v obci?	počet	priemer	% spokojnosť
	152	2,03	65,67%

Tab. 4.4 Trávenie voľného času

6. Trávenie voľného času	počet	priemer	% spokojnosť
	152	2,44	52,00%

Tab. 4.5 Navrhované kultúrne/športové akcie

7. Navrhované kultúrne/športové akcie	počet	% počet
športové akcie pre deti	13	35,1%
koncerty	10	27,0%
športové turnaje	9	24,3%
súťaže	5	13,5%
iné	14	37,8%

Tab. 4.6 Zoznam špecifických navrhovaných akcií

7. Navrhované špeciálne akcie
športové akcie pre deti (cezpoľné behy,
cyklistické preteky
zriadenie "športového klubu pre mladých"
tenisové, volejbalové, basketbalové turnaje, atletika,
hockeybal, nohejbal
dedinský maratón
súťaže žiaci - skupiny občanov
súťaže matky s deťmi
„forest man“ - súťaž v pílení dreva a práci s drevom
súťaž v pečení koláčov, varení guláša
rôzne výstavy
filmové večery, premietanie filmov
folklórne slávnosti
zriadenie motokárskej dráhy
plaváreň, kúpalisko
jazykový kurz
kurz spoločenských tancov
klub pre mamičky s deťmi spojený s herňou
kurz maľovania, tancovania
detské tvorivé dielne
kultúrne podujatia - stretávanie starších občanov
spoločné autobusové zájazdy
spoločné nedeľné popoludnia
akcie na vyčistenie prírody
školské zbery (papier, liečivé rastliny, plasty)

Tab. 4.7 Hodnotenie spokojnosti s vybranými službami

Oblasť hodnotenia	Hodnotené služby	Spokojnosť										Priemer	% spokojnosť
		nevyjadrené		1 - veľmi spokojný		2 - spokojný		3 - nespokojný		4 - veľmi nespokojný			
		počet	% početnosť	počet	% početnosť	počet	% početnosť	počet	% početnosť	počet	% početnosť		
8. Služby OÚ	doba úradných hodín	14	9,20%	55	36,20%	60	39,50%	18	11,80%	5	3,30%	1,6	80,00%
	ochota zamestnancov	14	9,20%	39	25,70%	65	42,80%	25	16,40%	9	5,90%	1,8	73,33%
	množstvo info	12	7,90%	31	20,40%	54	35,50%	38	25,00%	17	11,20%	2,1	63,33%
9. Technické služby	odvoz komunálneho odpadu	14	9,20%	55	36,20%	60	39,50%	18	11,80%	5	3,30%	2	66,67%
	odvoz triedeného odpadu	16	10,50%	35	23,00%	54	35,50%	36	23,70%	11	7,20%	1,9	70,00%
	upratovanie v obci	12	7,90%	9	5,90%	44	28,90%	55	36,20%	32	21,10%	2,6	46,67%
	starostlivosť o zeleň	14	9,20%	14	9,20%	32	21,10%	54	35,50%	38	25,00%	2,6	46,67%
	údržba ciest, chodníkov	10	6,60%	11	7,20%	56	36,80%	50	32,90%	25	16,40%	2,5	50,00%
	údržba cintorína	3	2,00%	74	48,70%	52	34,20%	17	11,20%	6	3,90%	1,7	76,67%
	verejné osvetlenie	3	2,00%	37	24,30%	56	36,80%	37	24,30%	19	12,50%	2,2	60,00%
	dostupnosť vody	13	8,60%	48	31,60%	49	32,20%	26	17,10%	16	10,50%	1,9	70,00%
	dostupnosť elektriny	5	3,30%	79	52,00%	52	34,20%	12	7,90%	4	2,60%	1,5	83,33%
	dostupnosť plynu	16	10,50%	55	36,20%	49	32,20%	13	8,60%	19	12,50%	1,8	73,33%
	dostupnosť kanalizácie	61	40,10%	6	3,90%	20	13,20%	21	13,80%	44	28,90%	1,9	70,00%
	možnosť bývania	8	5,30%	30	19,70%	60	39,50%	38	25,00%	16	10,50%	2,2	60,00%
10. Ostatné služby	poštové služby	2	1,30%	72	47,40%	52	34,20%	18	11,80%	8	5,30%	1,7	76,67%
	kaderníctvo/holičstvo	15	9,90%	24	15,80%	60	39,50%	33	21,70%	20	13,20%	2,1	63,33%
	gastronomické služby	8	5,30%	22	14,50%	53	34,90%	47	30,90%	22	14,50%	2,3	56,67%
12. Dopravná obslužnosť	frekvencia aut. spojov (Žilina)	26	17,10%	5	3,30%	43	28,30%	50	32,90%	28	18,40%	2,3	56,67%
	frekvencia aut. spojov (Čadca)	14	9,20%	27	17,80%	71	46,70%	29	19,10%	11	7,20%	2	66,67%
	frekvencia aut. spojov (Námestovo)	50	32,90%	10	6,60%	35	23,00%	31	20,40%	26	17,10%	1,8	73,33%
	čistota v okolí zastávok	25	16,40%	2	1,30%	20	13,20%	39	25,70%	66	43,40%	2,8	40,00%
	technický stav zastávok	26	17,10%	2	1,30%	21	13,80%	33	21,70%	70	46,10%	2,8	40,00%
	technický stav ciest v obci	8	5,30%	7	4,60%	49	32,20%	56	36,80%	32	21,10%	2,6	46,67%
14. Zdravotné služby	praktický lekár	37	24,40%	33	21,70%	53	34,90%	19	12,50%	10	6,60%	2,3	56,67%
	zubná lekárka	31	20,40%	44	28,90%	44	28,90%	22	14,50%	11	7,20%	2,4	53,33%
	detský lekár	40	26,40%	72	47,40%	31	20,40%	7	4,60%	2	1,30%	1,8	73,33%
	lekáreň	17	11,20%	75	49,30%	57	37,50%	3	2,00%	0	0,00%	2,1	63,33%

Tab. 4.8 Zoznam najpočetnejších navrhovaných služieb/podnikov

11. Vítané služby/podniky	počet	% počet
banka/bankomat	12	16,2%
cukráreň	19	25,7%
ubyt. zariadenia	13	17,6%
bar	14	18,9%
reštaurácia	18	24,3%
vlek	19	25,7%
športové zariadenia (fitness, posilňovňa, telocvičňa)	13	17,6%
Iné	41	55,4%

Tab. 4.9 Zoznam ostatných navrhovaných služieb/podnikov

11. Ďalšie navrhované služby/podniky	Počet
kaviareň	9
relax. Centrum (masáže, wellness)	9
kozmetický salón	9
kino	8
plaváreň/kúpalisko	4
motocross trasa, countrycrossova trať	3
tesco	3
stavebniny	2
čerpacia stanica	2
opravovňa topánok	2
centrum pre deti a starých	2
kyvadlová doprava	2
čajovňa	2
ihrisko pre deti	2
galantéria	1
krajské dielne	1
pekáreň	1
tipos	1
oprava áut	1
umývací linka	1
obchod s oblečením	1
juice bar	1
amfiteáter	1
obecná televízia a internet	1
služby odvozu žumpy	1
psychologická a právna, notárska poradňa	1

Tab. 4.10 Chýbajúci lekári

15. Chýbajú Vám v obci služby lekára	počet	% počet
áno	26	17,1%
nie	126	82,9%

Ak áno, tak:

gynekológ	13	8,6%
veterinár	5	3,3%
iné	15	9,9%

Tab. 4.11 Zoznam ďalších lekárov a požiadaviek

Iné požiadavky
detský psychológ
zubár
röntgen u zubára
očný
kardiológ
fyzioterapeut
röntgen
psychológ
psychiater
praktický lekár
pohotovosť zubná
pohotovosť úrazová
alergiológ
lepšie vybavenie ambulancie zubára
pracovná doba u zubára

Tab. 4.12 Hodnotenie dôležitosti faktorov

Hodnotený faktor	20. Ohodnoťte dôležitosť faktorov, kt. by Vás prinútili bývať v obci									
	1 - najviac dôležité		2 - dôležité		3 - menej dôležité		4 - najmenej dôležité		priemer	% spokojnosť
	počet	% počet	počet	% počet	počet	% počet	počet	% počet		
pracovné príležitosti	95	62,50%	21	13,80%	16	10,50%	20	13,20%	1,74	75,33%
prijateľné ceny nájomných bytov	43	28,30%	48	31,60%	39	25,70%	22	14,50%	2,26	58,00%
stavebné možnosti	59	38,80%	49	32,20%	31	20,40%	13	8,60%	1,99	67,00%
rodinné zázemie	100	65,80%	36	23,70%	10	6,60%	6	3,90%	1,49	83,67%
dopravné spojenie s okolím	39	25,70%	64	42,10%	34	22,40%	15	9,90%	2,16	61,33%
kultúrne a športové akcie	25	16,40%	69	45,40%	45	29,60%	13	8,60%	2,3	56,67%

PRÍLOHA 5: Sumár výsledkov triedenia 2. stupňa

Tab. 5.1 Hodnotenie spokojnosti podľa pohlavia respondentov

Oblasť hodnotenia	Hodnotené služby	pohlavie			
		muži		ženy	
		priemer	% spokojnosť	priemer	% spokojnosť
8. Služby OÚ	doba úradných hodín	1,61	79,67%	1,66	78,00%
	ochota zamestnancov	1,84	72,00%	1,84	72,00%
	množstvo poskytovaných informácií	1,93	69,00%	2,22	59,33%
9. Úroveň technických služieb	odvoz komunálneho odpadu	1,93	69,00%	2,02	66,00%
	odvoz triedeného odpadu	2,02	66,00%	1,9	70,00%
	upratovanie v obci	2,5	50,00%	2,6	46,67%
	starostlivosť o zeleň	2,73	42,33%	2,49	50,33%
	údržba ciest, chodníkov	2,45	51,67%	2,46	51,33%
	údržba cintorína	1,61	79,67%	1,7	76,67%
	verejné osvetlenie	2,07	64,33%	2,29	57,00%
	dostupnosť vody	1,91	69,67%	1,89	70,33%
	dostupnosť elektriny	1,54	82,00%	1,55	81,67%
	dostupnosť plynu	1,91	69,67%	1,68	77,33%
	dostupnosť kanalizácie	1,95	68,33%	1,83	72,33%
	možnosť bývania	2,23	59,00%	2,11	63,00%
10. Ostatné služby	poštové služby	1,71	76,33%	1,73	75,67%
	kaderníctvo/holičstvo	2,02	66,00%	2,19	60,33%
	gastronomické služby	2,3	56,67%	2,38	54,00%
12. Dopravná obsluha	frekvencia autobusových spojov (Žilina)	2,34	55,33%	2,31	56,33%
	frekvencia autobusových spojov (Čadca)	1,91	69,67%	2,01	66,33%
	frekvencia autobusových spojov (Námestovo)	1,86	71,33%	1,8	73,33%
	čistota v okolí zastávok	2,48	50,67%	2,96	34,67%
	technický stav zastávok	2,46	51,33%	2,97	34,33%
	technický stav ciest v obci	2,57	47,67%	2,68	44,00%
14. Zdravotné služby	praktický lekár	2,88	37,33%	2	66,67%
	zubná lekárka	2,73	42,33%	2,15	61,67%
	detský lekár	2,32	56,00%	1,56	81,33%
	lekáreň	2,64	45,33%	1,74	75,33%

Tab. 5.2 Hodnotenie spokojnosti podľa veku respondentov

Oblasť hodnotenia	Hodnotené služby	vek					
		18 - 30		31 - 45		nad 46	
		priemer	% spok	priemer	% spok	priemer	% spok
8. Služby OÚ	doba úradných hodín	1,6	80,00%	1,73	75,67%	1,58	80,67%
	ochota zamestnancov	2	66,67%	1,9	70,00%	1,58	80,67%
	množstvo info	2,05	65,00%	2,38	54,00%	1,87	71,00%
9. Technické služby	odvoz komunálneho odpadu	2,09	63,67%	1,9	70,00%	1,96	68,00%
	odvoz triedeného odpadu	2,15	61,67%	1,92	69,33%	1,71	76,33%
	upratovanie v obci	2,78	40,67%	2,58	47,33%	2,29	57,00%
	starostlivosť o zeleň	2,65	45,00%	2,73	42,33%	2,31	56,33%
	údržba ciest, chodníkov	2,38	54,00%	2,54	48,67%	2,44	52,00%
	údržba cintorína	1,95	68,33%	1,6	80,00%	1,4	86,67%
	verejné osvetlenie	2,33	55,67%	2,31	56,33%	1,96	68,00%
	dostupnosť vody	1,75	75,00%	2,15	61,67%	1,78	74,00%
	dostupnosť elektriny	1,62	79,33%	1,62	79,33%	1,38	87,33%
	dostupnosť plynu	1,8	73,33%	1,9	70,00%	1,56	81,33%
	dostupnosť kanalizácie	2,05	65,00%	2,17	61,00%	1,31	89,67%
	možnosť bývania	1,93	69,00%	2,42	52,67%	2,13	62,33%
10. Ostatné služby	poštové služby	1,76	74,67%	1,73	75,67%	1,67	77,67%
	kaderníctvo/holičstvo	1,95	68,33%	2,35	55,00%	2,09	63,67%
	gastronomické služby	2,2	60,00%	2,62	46,00%	2,22	59,33%
12. Dopravná obslužnosť	frekvencia autobusových spojov (Žilina)	2,53	49,00%	2,42	52,67%	1,96	68,00%
	frekvencia autobusových spojov (Čadca)	2,09	63,67%	1,9	70,00%	1,91	69,67%
	frekvencia autobusových spojov (Námestovo)	2,13	62,33%	1,71	76,33%	1,58	80,67%
	čistota v okolí zastávok	2,75	41,67%	3,04	32,00%	2,53	49,00%
	technický stav zastávok	2,93	35,67%	2,9	36,67%	2,47	51,00%
	technický stav ciest v obci	2,67	44,33%	2,71	43,00%	2,51	49,67%
14. Zdravotné služby	praktický lekár	2,58	47,33%	2,12	62,67%	2,24	58,67%
	zubná lekárka	2,91	36,33%	2,27	57,67%	1,8	73,33%
	detský lekár	2,35	55,00%	1,77	74,33%	1,31	89,67%
	lekárneň	2,64	45,33%	1,75	75,00%	1,76	74,67%

Tab. 5.3 Hodnotenie spokojnosti podľa miesta bydliska respondentov

Oblasť hodnotenia	Hodnotené služby	miesto bydliska			
		Nová Bystrica		Vychylovka	
		priemer	% spok	priemer	% spok
8. Služby OÚ	doba úradných hodín	1,65	78,33%	1,61	79,67%
	ochota zamestnancov	1,85	71,67%	1,82	72,67%
	množstvo poskyt. info	2,12	62,67%	2,1	63,33%
9. Technické služby	odvoz komun. odpadu	2,05	65,00%	1,86	71,33%
	odvoz triedeného odpadu	1,91	69,67%	2	66,67%
	upratovanie v obci	2,53	49,00%	2,63	45,67%
	starostlivosť o zeleň	2,58	47,33%	2,57	47,67%
	údržba ciest, chodníkov	2,54	48,67%	2,27	57,67%
	údržba cintorína	1,63	79,00%	1,73	75,67%
	verejné osvetlenie	2,16	61,33%	2,33	55,67%
	dostupnosť vody	1,81	73,00%	2,08	64,00%
	dostupnosť elektriny	1,48	84,00%	1,69	77,00%
	dostupnosť plynu	1,67	77,67%	1,96	68,00%
	dostupnosť kanalizácie	1,85	71,67%	1,92	69,33%
	možnosť bývania	2,22	59,33%	2,02	66,00%
10. Ostatné služby	poštové služby	1,74	75,33%	1,69	77,00%
	kaderníctvo/holičstvo	2,09	63,67%	2,2	60,00%
	gastronomické služby	2,38	54,00%	2,29	57,00%
12. Dopravná obslužnosť	frekvencia spojov (Žilina)	2,19	60,33%	2,59	47,00%
	frekvencia spojov (Čadca)	1,75	75,00%	2,45	51,67%
	frekvencia spojov (Nám.)	1,64	78,67%	2,2	60,00%
	čistota v okolí zastávok	2,95	35,00%	2,43	52,33%
	technický stav zastávok	2,92	36,00%	2,49	50,33%
	technický stav ciest v obci	2,7	43,33%	2,51	49,67%
14. Zdravotné služby	praktický lekár	2,32	56,00%	2,33	55,67%
	zubná lekárka	2,3	56,67%	2,49	50,33%
	detský lekár	1,74	75,33%	2,06	64,67%
	lekáreň	1,98	67,33%	2,27	57,67%

Tab. 5.4 Hodnotenie spokojnosti podľa vzdelania

Oblasť hodnotenia	Hodnotené služby	vzdelanie									
		základné		SŠ (bez maturity)		SŠ (s maturitou)		VŠ - bakalárske		vyššie VŠ	
		priemer	% spokojnosť	priemer	% spokojnosť	priemer	% spokojnosť	priemer	% spokojnosť	priemer	% spokojnosť
8. Služby OÚ	doba úradných hodín	1,17	94,33%	1,69	77,00%	1,63	79,00%	1,92	69,33%	1,68	77,33%
	ochota zamestnancov	1,83	72,33%	1,81	73,00%	1,79	73,67%	1,5	83,33%	2,2	60,00%
	množstvo poskyt. info	2	66,67%	2,03	65,67%	2,04	65,33%	1,83	72,33%	2,6	46,67%
9. Technické služby	odvoz komun. odpadu	1,92	69,33%	1,81	73,00%	2,03	65,67%	2,25	58,33%	2,04	65,33%
	odvoz triedeného odpadu	1,83	72,33%	1,75	75,00%	2,03	65,67%	2,08	64,00%	1,96	68,00%
	upratovanie v obci	2,25	58,33%	2,36	54,67%	2,54	48,67%	3,25	25,00%	2,76	41,33%
	starostlivosť o zeleň	2,25	58,33%	2,58	47,33%	2,54	48,67%	3	33,33%	2,64	45,33%
	údržba ciest, chodníkov	2,75	41,67%	2,47	51,00%	2,27	57,67%	2,67	44,33%	2,68	44,00%
	údržba cintorína	1,58	80,67%	1,56	81,33%	1,67	77,67%	1,5	83,33%	1,92	69,33%
	verejné osvetlenie	1,92	69,33%	2,11	63,00%	2,28	57,33%	1,67	77,67%	2,56	48,00%
	dostupnosť vody	1,67	77,67%	1,78	74,00%	1,85	71,67%	1,83	72,33%	2,32	56,00%
	dostupnosť elektriny	1,58	80,67%	1,39	87,00%	1,52	82,67%	1,58	80,67%	1,8	73,33%
	dostupnosť plynu	1,83	72,33%	1,78	74,00%	1,76	74,67%	1,67	77,67%	1,76	74,67%
	dostupnosť kanalizácie	1,83	72,33%	1,72	76,00%	1,99	67,00%	1	100,00%	2,24	58,67%
	možnosť bývania	1,83	72,33%	2,17	61,00%	2,13	62,33%	2,42	52,67%	2,24	58,67%
10. Ostatné služby	poštové služby	1,58	80,67%	1,44	85,33%	1,67	77,67%	1,83	72,33%	2,28	57,33%
	kaderníctvo/holičstvo	2,25	58,33%	2	66,67%	2,09	63,67%	2,42	52,67%	2,2	60,00%
	gastronomické služby	2,17	61,00%	2,33	55,67%	2,46	51,33%	1,67	77,67%	2,48	50,67%
12. Dopravná obsluha	frekvencia spojov (Žilina)	2,58	47,33%	2,11	63,00%	2,28	57,33%	2,42	52,67%	2,56	48,00%
	frekvencia spojov (Čadca)	2,33	55,67%	1,81	73,00%	1,93	69,00%	2,33	55,67%	2	66,67%
	frekvencia spojov (Nám.)	2,42	52,67%	1,42	86,00%	1,79	73,67%	2,17	61,00%	2,04	65,33%
	čistota v okolí zastávok	3,33	22,33%	2,75	41,67%	2,72	42,67%	2,67	44,33%	2,8	40,00%
	technický stav zastávok	3,25	25,00%	2,33	55,67%	2,97	34,33%	2,58	47,33%	2,8	40,00%
	technický stav ciest v obci	2,58	47,33%	2,69	43,67%	2,67	44,33%	2,5	50,00%	2,56	48,00%
14. Zdravotné služby	praktický lekár	1,25	91,67%	2,92	36,00%	2,25	58,33%	1,67	77,67%	2,48	50,67%
	zubná lekárka	1,75	75,00%	2,78	40,67%	2,46	51,33%	1,75	75,00%	2,08	64,00%
	detský lekár	1,08	97,33%	2,53	49,00%	1,82	72,67%	1	100,00%	1,68	77,33%
	lekárne	1,58	80,67%	2,69	43,67%	2,07	64,33%	1,17	94,33%	1,84	72,00%

Tab. 5.5 Celková spokojnosť so životom v obci podľa identifikačných otázok

3. Ako ste celkovo spokojný/á so životom v obci?	Odpoveď	pohlavie		vek			vzdelanie					miesto bydliska	
		muž	žena	18 - 30	31 - 45	nad 46	ZŠ	SŠ bez maturity	SŠ s maturitou	VŠ - bc	vyššie VŠ	Nová Bystrica	Vychylovka
	priemer	1,96	2,06	1,85	2,35	1,87	1,58	2,08	1,96	2,08	2,32	2,04	2,00
	% spokojnosť	68,00%	64,67%	71,67%	55,00%	71,00%	80,67%	64,00%	68,00%	64,00%	56,00%	65,33%	66,67%

Tab. 5.6 Spokojnosť s trávením voľného času

6. Trávenie voľného času	Odpoveď	pohlavie		vek			vzdelanie					miesto bydliska	
		muž	žena	18 - 30	31 - 45	nad 46	ZŠ	SŠ bez maturity	SŠ s maturitou	VŠ - bc	vyššie VŠ	Nová Bystrica	Vychylovka
	priemer	2,41	2,46	2,38	2,46	2,49	2,25	2,36	2,43	2,42	2,68	2,49	2,35
	% spokojnosť	53,00%	51,33%	54,00%	51,33%	50,33%	58,33%	54,67%	52,33%	52,67%	44,00%	50,33%	55,00%

Tab. 5.7 Zvažovanie o alternatívnom bývaní podľa identifikačných otázok

Odpoveď	pohlavie		vek			vzdelanie					miesto bydliska	
	muž	žena	18 - 30	31 - 45	nad 46	ZŠ	SŠ bez maturity	SŠ s maturitou	VŠ - bc	vyššie VŠ	Nová Bystrica	Vychylovka
áno	48,2%	53,1%	80,0%	57,7%	8,9%	58,3%	41,7%	52,2%	50,0%	60,0%	48,5%	57,1%
nie	51,8%	46,9%	20,0%	42,3%	91,1%	41,7%	58,3%	47,8%	50,0%	40,0%	51,5%	42,9%

Tab. 5.8 Priemerné hodnotenie motivujúcich faktorov k bývaniu podľa identifikačných otázok

Odpoveď	pohlavie		vek			vzdelanie					miesto bydliska	
	muž	žena	18 - 30	31 - 45	nad 46	ZŠ	SŠ bez maturity	SŠ s maturitou	VŠ - bc	vyššie VŠ	Nová Bystrica	Vychylovka
pracovné príležitosti	1,93	1,64	1,84	1,75	1,62	2,00	2,00	1,69	1,83	1,36	1,85	1,51
prijateľné ceny nájomných bytov	2,50	2,13	2,02	2,40	2,40	2,33	2,50	2,19	1,75	2,32	2,19	2,41
stavebné možnosti	2,07	1,94	1,71	2,17	2,11	2,25	2,08	1,99	1,83	1,80	2,00	1,96
rodinné zázemie	1,63	1,41	1,40	1,67	1,38	1,58	1,58	1,43	1,42	1,48	1,51	1,43
dopravné spojenie s okolím	2,46	1,99	2,15	2,04	2,33	2,17	2,22	2,18	2,42	1,92	2,15	2,20
kultúrne a športové akcie	2,32	2,29	2,11	2,29	2,56	2,42	2,42	2,24	2,50	2,16	2,28	2,35

Tab. 5.9 Priemerné hodnotenie motivujúcich faktorov k bývaniu podľa identifikačných otázok v %

Odpoveď	pohlavie		vek			vzdelanie					miesto bydliska	
	muž	žena	18 - 30	31 - 45	nad 46	ZŠ	SŠ bez maturity	SŠ s maturitou	VŠ - bc	vyššie VŠ	Nová Bystrica	Vychylovka
pracovné príležitosti	69,00%	78,67%	72,00%	75,00%	79,33%	66,67%	66,67%	77,00%	72,33%	88,00%	71,67%	83,00%
prijateľné ceny nájomných bytov	50,00%	62,33%	66,00%	53,33%	53,33%	55,67%	50,00%	60,33%	75,00%	56,00%	60,33%	53,00%
stavebné možnosti	64,33%	68,67%	76,33%	61,00%	63,00%	58,33%	64,00%	67,00%	72,33%	73,33%	66,67%	68,00%
rodinné zázemie	79,00%	86,33%	86,67%	77,67%	87,33%	80,67%	80,67%	85,67%	86,00%	84,00%	83,00%	85,67%
dopravné spojenie s okolím	51,33%	67,00%	61,67%	65,33%	55,67%	61,00%	59,33%	60,67%	52,67%	69,33%	61,67%	60,00%
kultúrne a športové akcie	56,00%	57,00%	63,00%	57,00%	48,00%	52,67%	52,67%	58,67%	50,00%	61,33%	57,33%	55,00%

Tab. 5.10 Záujem o chod obce podľa identifikačných otázok

Odpoveď	pohlavie		vek			vzdelanie					miesto bydliska	
	muž	žena	18 - 30	31 - 45	nad 46	ZŠ	SŠ bez maturity	SŠ s maturitou	VŠ - bc	vyššie VŠ	Nová Bystrica	Vychylovka
áno, zaujímam sa aktívne a vyhľadávam aktuálne informácie o chode obce	46,4%	37,5%	21,8%	55,8%	46,7%	41,7%	27,8%	41,8%	58,3%	48,0%	42,7%	36,7%
áno, informácie o chode obce prijímam len náhodne	48,2%	60,4%	72,7%	44,2%	48,9%	41,7%	66,7%	58,2%	41,7%	48,0%	55,3%	57,1%
nie, nezaujímam sa o dianie v obci	5,4%	2,1%	5,5%	0,0%	4,4%	16,7%	5,6%	0,0%	0,0%	4,0%	1,9%	6,1%

Tab. 5.11 Hodnotenie informačných zdrojov podľa identifikačných otázok

Odpoveď	pohlavie		vek			vzdelanie					miesto bydliska	
	muž	žena	18 - 30	31 - 45	nad 46	ZŠ	SŠ bez maturity	SŠ s maturitou	VŠ - bc	vyššie VŠ	Nová Bystrica	Vychylovka
webová stránka obce	45,3%	50,0%	50,0%	51,9%	41,9%	33,3%	27,3%	52,2%	75,0%	60,0%	46,1%	53,2%
sociálna sieť facebook	34,0%	43,8%	64,8%	23,1%	30,2%	33,3%	33,3%	49,3%	41,7%	28,0%	39,2%	42,6%
obecný rozhlas	35,8%	51,0%	35,2%	46,2%	58,1%	58,3%	48,5%	35,8%	50,0%	60,0%	50,0%	36,2%
Novobystrický hlásnik	60,4%	74,0%	66,7%	61,5%	81,4%	66,7%	66,7%	65,7%	100,0%	68,0%	71,6%	63,8%
úradná doska (výveska)	1,9%	9,4%	3,7%	5,8%	11,6%	0,0%	9,1%	7,5%	0,0%	8,0%	9,8%	0,0%
zasadanie obecného zastupiteľstva	5,7%	10,4%	5,6%	7,7%	14,0%	8,3%	3,0%	9,0%	16,7%	12,0%	8,8%	8,5%
priatelia, známi	66,0%	66,7%	74,1%	59,6%	65,1%	58,3%	66,7%	62,7%	75,0%	76,0%	67,6%	63,8%

Tab. 5.12 Zhodnotenie prvoradých aktivít podľa identifikačných otázok

Odpoveď	pohlavie		vek			vzdelanie					miesto bydliska	
	muž	žena	18 - 30	31 - 45	nad 46	ZŠ	SŠ bez maturity	SŠ s maturitou	VŠ - bc	vyššie VŠ	Nová Bystrica	Vychylovka
cyklotrasa	51,8%	42,7%	54,5%	44,2%	37,8%	50,0%	38,9%	52,2%	41,7%	40,0%	50,5%	36,7%
námestie	30,4%	36,5%	36,4%	26,9%	40,0%	33,3%	36,1%	41,8%	25,0%	16,0%	29,1%	44,9%
telocvičňa pri ZŠ Nová Bystrica	44,6%	53,1%	50,9%	55,8%	42,2%	50,0%	50,0%	47,8%	33,3%	64,0%	63,1%	22,4%
zvýšenie parkovacích miest	12,5%	10,4%	9,1%	15,4%	8,9%	8,3%	13,9%	6,0%	16,7%	20,0%	13,6%	6,1%
obecný vodovod	37,5%	39,6%	38,2%	38,5%	40,0%	16,7%	36,1%	38,8%	50,0%	48,0%	30,1%	57,1%
kanalizácia	57,1%	51,0%	40,0%	55,8%	66,7%	58,3%	58,3%	55,2%	41,7%	44,0%	49,5%	61,2%
sprevádzkovanie lyžiarskeho vleku	35,7%	38,5%	38,2%	40,4%	33,3%	50,0%	22,2%	38,8%	58,3%	40,0%	31,1%	51,0%

Tab. 5.13 Chýbajúci lekári podľa identifikačných otázok

Odpoveď	pohlavie		vek			vzdelanie					miesto bydliska	
	muž	žena	18 - 30	31 - 45	nad 46	ZŠ	SŠ bez maturity	SŠ s maturitou	VŠ - bc	vyššie VŠ	Nová Bystrica	Vychylovka
áno	8	18	7	7	12	2	6	10	5	3	14	12
nie	48	78	48	45	33	10	30	57	7	22	89	37

Z toho

gynekológ	3	10	6	0	7	1	2	8	2	0	7	6
veterinár	0	5	1	1	3	0	0	2	0	3	3	2
iné	2	13	5	3	7	0	2	13	0	0	10	5